

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
1-1-1	訪日プロモーション業務 ①海外事務所を活用した市場動向の収集・調査・分析・提供		
業務に関連する政策・施策		当該事業実施に係る根拠 (個別法条文など)	国際観光振興機構法 第9条 第1号
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業 レビュー	

2. 主要な経年データ															
①主要なアウトプット（アウトカム）情報									②主要なインプット情報（財務情報及び人員に関する情報）						
指標等		達成目標	基準値 (前中期目標期間 最終年度値等)	平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度			平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度
個別 コンサル ティング 件数	計画値	年間延べ 3,000件以上	—	1,272件 (※)中期計 画変更前	3,000件 以上	3,000件 以上	3,000件 以上	3,000件 以上		予算額（千円）					
	実績値	—	—	2,905件	2,863件	3,683件				決算額（千円）					
	達成度	—	—	228.4%	95.4%	122.8%				経常費用（千円）					
機構 からの 情報 提供 の 評価	計画値	4段階評価で 上位2つの 評価を得る 割合が7割 (70%)以上	「役に立つ」と いう回答が平 均して7割 (70%)を上 回る	7割以上	7割以上	7割以上	7割以上	7割以上		経常利益（千円）					
	実績値	—	99.7% (5段階評価 の「役に立つ」 の評価の合 計)	96.9%	97.3%	98.4%				行政サービス実 施コスト（千円）					
	達成度	—	—	138.4%	139.0%	140.5%				従事人員数					

注) 予算額、決算額は支出額を記載。人件費については共通経費分を除き各業務に配賦した後の金額を記載

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価

	中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
					業務実績	自己評価	評価	
	<p>海外現地に常在する職員が長年にわたり構築・拡大を図ってきたネットワークや社会的ステイタス等海外事務所の機能を最大限活用し、変化の激しい市場動向をリアルタイムで把握・分析することにより、調査・研究を始めとするマーケティング業務を充実するとともに、その結果について事業パートナーを始めとする日本のインバウンド関係者と密接に情報共有を行う等、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図り、国内外におけるネットワークを形成・発展させる。また、これを基盤として、観光庁と共同で、市場ごとに海外の市場動向等の情報に基づく効率的・効果的な訪日プロモーション方針を策定・公表し、地方自治体や民間事業者が独自に取り組む事業・活動との連携を図りやすい環境を整えとともに、訪日プロモーション事業の実施主体として、オールジャパン体制で国としての日本の観光魅力を発信し、訪日に結びつける取組を強力に実施する。</p>	<p>海外事務所の海外現地におけるネットワークや社会的ステイタスを最大限に活用して、世界の主要な市場国・地域における一般消費者の旅行動向、ニーズ等のマーケティング情報をリアルタイムで収集し、市場別に分析を行う。また、その結果について、ウェブサイト、ニュースレター、出版物、セミナー、個別コンサルティング等の様々な方法を通じて、事業パートナー等へ提供することにより、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図る。</p> <p>数値目標 事業パートナーに対し、海外事務所員や本部職員による面談方式の個別コンサルティングを年間延べ3,000件以上実施し、インバウンド関係者の育成とインバウンドビジネスの活性化を目指す。</p> <p>事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p>	<p>海外事務所の海外現地におけるネットワークや社会的ステイタスを最大限に活用して、世界の主要な市場国・地域における一般消費者の旅行動向、ニーズ等のマーケティング情報をリアルタイムで収集し、市場別に分析を行う。また、その結果について、ウェブサイト、ニュースレター、出版物、セミナー、個別コンサルティング等の様々な方法を通じて、事業パートナー等へ提供することにより、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図る。平成25年度に整備したパートナー情報のデータベースを活用し、パートナーのニーズを組織的に把握・共有し、事業に反映させる。具体的には、事業パートナーからの要望が高い市場に特化した勉強会の開催や、賛助団体・会員間のビジネス・マッチング機能の強化に取り組む。</p> <p>数値目標 事業パートナーに対し、海外事務所員や本部職員による面談方式の個別コンサルティングを年間延べ3,000件以上実施し、インバウンド関係者の育成とインバウンドビジネスの活性化を目指す。</p>	<p><主な定量的指標> 事業パートナーに対し、海外事務所員や本部職員による面談方式の個別コンサルティングを年間延べ3,000件以上実施し、インバウンド関係者の育成とインバウンドビジネスの活性化を目指す。</p> <p>事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 機構の海外事務所ネットワークを最大限に活用して、海外の訪日旅行市場動向の収集・調査・分析を行い、事業パートナー等がインバウンドビジネスの取組を行う上で有用な情報提供を行っている。</p>	<p><主要な業務実績> 海外事務所のネットワークを通じて収集・分析した主要市場国・地域における一般消費者の旅行動向、ニーズ等のマーケティング情報を事業パートナー等へ提供し、以下のような取組等を通じて、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図った。</p> <p>【ウェブサイト】 ・月別訪日外国人旅行者数等の統計発表（毎月） ・市場別動向及び注目トピックス（毎月） ・「訪日旅行データハンドブック 2015」の掲載 <新規></p> <p>【ニュースレター】 ・（賛助団体・会員対象）「JNTO ニュースフラッシュ」配信（週刊、臨時号含め70回配信）</p> <p>【出版物】 ・「日本の国際観光統計2014」発行（平成27年9月） ・「JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック 2016（アジア6市場編）」発行（平成28年3月） ・「訪日旅行データハンドブック 2015（世界主要20市場）」発行（平成27年9月） <新規> ・「国際会議統計2014」発行（平成28年2月）</p> <p>【セミナー・イベント】 ・「インバウンド・フォーラム九州」開催（平成27年8月、熊本市）参加者219名 ・「第14回 JNTO インバウンド旅行振興フォーラム」開催（平成27年9月、東京）参加者693名 ・「第15回 JNTO インバウンド旅行振興フォーラム」開催（平成28年1月、</p>	<p><評定と根拠> 評定：S</p> <p>・インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図るため、従来から実施していた各種情報提供に加え、新たに「訪日旅行データハンドブック 2015（世界主要20市場のインバウンド基礎データ集）」を作成し、ウェブ上で公開するなど、インバウンドビジネスに関心をもつ様々な団体・企業への情報提供を拡充した。</p> <p>・事業パートナーのコンサルティング・ニーズを的確に把握し、効率的に対応するため、コンサルティングの要望が多い東南アジア市場等について、新たに市場特化型 BtoB 情報交換会を開催した。市場別に海外事務所が収集した最新情報を提供し、海外事務所の職員による個別コンサルティングを実施するなど、より専門的で高度な情報提供を行った。さらに、参加した事業パートナーによる事例発表の機会を設けることで、参加者間のビジネス・マッチングを促進した。</p> <p>・数値目標である個別コンサルティング件数については、国内本部及び各海外事務所において様々な団体・企業から寄せられるインバウンドに関する相談・情報提供に日常的に対応したほか、セミナー・イベントを開催する際には個別相談会を設ける等、組織的に取り組んだ結果、過去最多となる3,683件を実施し、数値目標に対し、達成率122.8%となった。</p> <p>・個別コンサルティングは、日本の地方公共団体・企業等を対象に実施しており、国内におけるインバウンドに対する関心の高まりに伴い、地方公共団体や旅行業界関係者に</p>	<p>評価</p>	

			<p>事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p>		<p>東京) 参加者 714 名</p> <p>【個別コンサルティング】 ・本部及び各海外事務所における個別コンサルティング実施(通年) ・第14回及び第15回インバウンド旅行振興フォーラムにおける個別相談実施(時期上述) ・インバウンド・フォーラム九州における個別相談実施(平成27年8月) ・市場特化型 BtoB 情報交換会開催(平成27年7月~12月)計6回 <新規> ・地方連携ミニ個別相談会実施(平成27年9月、国内7都市)</p> <p>【パートナー・ニーズの事業への反映】 <新規> 平成25年度に整備したパートナー情報のデータベースを活用し、事業パートナーの東南アジア市場等に対するコンサルティング・ニーズの高まりに対応するため、平成27年度から新たに東南アジア市場等(香港、タイ、マレーシア、シンガポール、フィリピン、ベトナムの6市場)を個別に取り上げた市場特化型 BtoB 情報交換会を合計6回開催し、市場ごとに、より専門的で高度な情報提供を行った。情報交換会では、参加した事業パートナーが当該市場における取組事例を発表する機会を設け、事業パートナー間のビジネス・マッチングを促進した。</p> <p><数値目標の達成状況> 【個別コンサルティングの件数】 ・事業パートナーに対し、海外事務所員や本部職員による面談方式の個別コンサルティングを年間延べ3,683件実施し、目標である3,000件を2割以上、上回る過去最多件数となった(達成率122.8%)。</p>	<p>とどまらず、メーカー、出版、金融、美容等、様々な業種の企業等からのコンサルティングニーズが増え、これに対応した。訪日外国人向けの事業立ち上げ等を検討する上で、インバウンドの概況、ターゲットとする市場の特性・動向を把握しておきたいという求めにきめ細かに対応するとともに、国内・海外で実施するプロモーション事業への参加についても紹介し、インバウンドビジネスに参入しようとする新たな業界のすそ野を広げる役割を果たした。</p> <p>・事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位2つの評価を得た割合は約98.4%となり、目標である7割以上を大きく上回り、機構からの情報提供は高い満足度を得ている。</p> <p>・以上のことから、機構の海外事務所ネットワーク等を通じて収集した情報は、様々な機会・手法を通じて発信しており、インフォメーション・ハブとしてインバウンドビジネスを促進するための情報集約・マッチング機能のイニシアチブを発揮している等の質的成果をふまえ、自己評価評定はSとする。</p> <p>【課題と対応】 地方におけるインバウンドビジネスに関する情報提供の機会をさらに拡充していく。</p>	
--	--	--	-----------------------------------------------------------------------	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

					<p>【事業パートナーの満足度】 事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位 2 つの評価を得た割合は 98.4%となり、目標である 7 割以上を大きく上回った。</p>	
--	--	--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

4. その他参考情報

(※) 平成 27 年 3 月に、今期中期目標及び中期計画（対象：平成 25 年度～29 年度の 5 年間）ならびに平成 26 年度計画の変更があり、数値目標が変更となった。
変更前の中期計画における数値目標、「事業パートナーに対し、海外事務所員や本部職員による面談方式の個別コンサルティングを年間延べ 1,500 件以上実施（以下略）。」に基づき、平成 25 年度の数値目標は、「(同) 年間延べ 1,272 件以上実施（以下略）」であった。

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
1-1-2-1	訪日プロモーション業務 ②訪日外国人旅行者誘致のための業務 ア 多様なメディアを活用した日本の観光魅力の発信		
業務に関連する政策・施策		当該事業実施に係る根拠（個別法条文など）	国際観光振興機構法 第9条 第1号
当該項目の重要度、難易度	重要度：高（「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」（平成27年6月観光立国推進閣僚会議決定）及び「『日本再興戦略』改訂2015」（平成27年6月30日閣議決定）、において、政府目標とされている訪日外国人旅行者2000万人時代を目指すにあたって、本法人における日本の観光魅力の発信等の訪日プロモーション事業の効果的・効率的な執行が重要な役割を果たすものであるため）		関連する政策評価・行政事業レビュー

2. 主要な経年データ															
①主要なアウトプット（アウトカム）情報					②主要なインプット情報（財務情報及び人員に関する情報）										
指標等		達成目標	基準値 (前中期目標期間 最終年度値等)	平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度		平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度	
SNS ファン 数	計画値	5,000,000人	—	—	—	3,800,000 人	4,400,000 人	5,000,000 人		/	予算額（千円）				
	実績値	—	—	1,562,806 人	3,222,133 人	4,440,780 人			決算額（千円）						
	達成度	—	—	—	—	116.9%			経常費用（千円）						
ウェブ アクセス 数	計画値	4.50億pv	—	—	—	3.35億pv	3.925億pv	4.50億pv			経常利益（千円）				
	実績値	—	1.43億pv	2.46億pv	3.01億pv	3.51億pv			行政サービス実 施コスト（千円）						
	達成度	—	—	—	—	104.6%			従事人員数						
参考… ウェブ サイト （SNS 含）	計画値	6.0億pv (※)中期計画 変更前	1億pv (※)	3.42億pv (※)	4.6億pv (※)	—		6.0億pv (※)							
	実績値	—	3.27億pv	4.61億pv	10.55億pv	—									
	達成度	—	327.0%	134.8%	229.3%	—									

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価		
海外現地に常在する職員が長年にわたり構築・拡大を図ってきたネットワークや社会的ステータス等海外事務所の機能を最大限活用し、変化の激しい市場動向をリアルタイムで把握・分析することにより、調査・研究を始めとするマーケティング業務を充実するとともに、その結果について事業パートナーを始めとする日本のインバウンド関係者と密接に情報共有を行う等、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図り、国内外におけるネットワークを形成・発展させる。また、これを基盤として、観光庁と共同で、市場ごとに海外の市場動向等の情報に基づく効率的・効果的な訪日プロモーション方針を策定・公表し、地方自治体や民間事業者が独自に取り組む事業・活動との連携を図りやすい環境を整えるとともに、訪日プロモーション事業の実施主体として、オールジャパン体制で国としての日本の観光魅力を発信し、訪日に結びつける取組を強力に実施する。	海外事務所の機能を最大限に活用し、海外の市場動向、競合国の活動事例や日本における成功事例等の情報を積極的・機動的に収集・分析することにより、マーケティングの高度化を図るとともに、その結果に基づき、観光庁と共同で効率的・効果的な訪日プロモーション方針を策定・公表し、日本の観光魅力の発信や訪日旅行商品の造成・販売支援等を推進する。また、訪日プロモーション事業の実施主体として、国内外におけるネットワークを形成・発展させ、関係者との連携を図ることによりオールジャパン体制を確立し、同事業を機動的・効果的に推進する。	海外事務所の機能を最大限に活用し、海外の市場動向、競合国の活動事例や日本における成功事例等の情報を積極的・機動的に収集・分析することにより、マーケティングの高度化を図るとともに、その結果に基づき、観光庁と共同で効率的・効果的な訪日プロモーション方針を策定・公表し、日本の観光魅力の発信や訪日旅行商品の造成・販売支援等を推進する。また、訪日プロモーション事業の実施主体として、国内外におけるネットワークを形成・発展させ、関係者との連携を図ることによりオールジャパン体制を確立し、同事業を機動的・効果的に推進する。 また、2020年東京オリンピック・パラリンピック東京大会に向けた戦略目標及び行動計画に基づき、関係者と連携しながら、その実現に向けた取組を行う。		<p><主要な業務実績></p> <p>【海外の市場動向の収集・分析とマーケティングの高度化】</p> <p>以下の取組等により、マーケティングの高度化を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全海外事務所による市場動向把握・分析（毎月） ・マーケティング戦略実務者会合（観光庁及び機構）への報告、協議（毎月） ・マーケティング戦略本部（観光庁設置）への参画（年4回） ・将来予測データを訪日外客数動向分析シートとして集約 <p>マーケティング戦略本部における外部のマーケティング専門家の知見を取り入れ、科学的・合理的な分析手法等を導入することにより、訪日プロモーション事業の高度化を図った。</p> <p>【市場別訪日プロモーション方針に基づく事業実施】</p> <p>観光庁と機構が共同で策定し、マーケティング戦略本部で決定した、市場別の訪日プロモーション方針に基づき、事業を実施した。訪日プロモーション方針は、重点 20 市場及び欧州潜在市場の合計 21 市場別に策定し、5 月に公表した。</p> <p>機構内に、ビジット・ジャパン事業実施本部を4月に新設し、事業の進捗を管理するとともに、事業計画から実施結果・成果の分析を行う等、PDCAの確立を図った。</p> <p>【国内外における関係者</p>		<p>評定</p>	

				<p>との連携とオールジャパン体制の確立】 訪日プロモーション事業の実施主体として、海外現地の在外公館をはじめとする関係省庁・政府関係法人、地方公共団体、経済界等との国内外ネットワークの形成・発展に努め、関係者との連携を図ることにより、オールジャパン体制を構築し、訪日プロモーション事業を効果的・効率的に推進した。</p> <p>(国内外の関係者と連携した事業実施例) ・日中観光文化交流団派遣(3千人の訪中)にあわせた観光商談会等の開催(北京、5月) ・日インドネシア文化経済観光交流団(1千人が訪尼)にあわせた旅行博の開催(ジャカルタ、11月)</p> <p>【2020年オリンピック・パラリンピック東京大会に向けた取組】 海外メディアを通じて広く日本の魅力をPRするためのオンラインメディアセンターの設置及び効果的なメディアキット制作に向けて、ニーズ調査を実施した。</p>		
	<p><u>ア 多様なメディアを活用した日本の観光魅力の発信</u></p> <p>各市場のターゲット・セグメントに対する日本の観光魅力の発信に当たっては、様々な媒体(ウェブサイト、テレビ、新聞・雑誌等)を効果的に組み合わせることで相乗効果を上げるよう努力する。 特に、ウェブサ</p>	<p><u>ア 多様なメディアを活用した日本の観光魅力の発信</u></p> <p>各市場のターゲット・セグメントに対する日本の観光魅力の発信に当たっては、様々な媒体(ウェブサイト、テレビ、新聞・雑誌等)を効果的に組み合わせることで相乗効果を上げるよう努力する。 特に、ウェブサ</p>	<p><主な定量的指標> 機構のソーシャルネットワークページのファン数を380万人にするとともに、それ以外の機構のウェブサイトのアクセス数を年間3億3500万ページビューにする。</p> <p><その他の指標></p>	<p><u>ア 多様なメディアを活用した日本の観光魅力の発信</u></p> <p><主要な業務実績> 【様々な媒体の効果的な組み合わせによる相乗効果の発揮】 テレビCM、ウェブ、SNS、動画専用サイト等を組み合わせるメディア・ミックスを活用し、情報発信の相乗効果が得られるよう事業を構成した。 (事業例)</p>	<p><評定と根拠> 評定:A</p> <p>・日本の観光魅力を発信するにあたり、世界で主流なコミュニケーション手段となっているSNSを積極的に活用し、平成27年度は新たにイタリア市場向け及びスペイン市場向けFacebookページを開設するなど、訪日旅行の主要各市場を対象</p>	

	<p>イトはプロモーションだけでなく、重要なマーケティング手段としても位置づけ、媒体トレンドの変化やICTの技術革新を踏まえながら各種ソーシャルメディアの活用を図るとともに、一般消費者、旅行会社、メディア等に向けて、良質の情報を効率的に提供する。</p> <p>また、機構のウェブサイトにおいて、訪日外国人旅行者や海外の送客旅行会社等の対象に応じた情報コンテンツの充実や機能の改善を行う。</p> <p>海外メディアを通じた情報発信に当たっては、海外の有力なメディア（在日外国人メディアを含む。）に対し、ウェブサイトやニュースレターによる日本観光情報の提供等を通じて日本特集記事の掲載等を働きかける。</p> <p>訪日取材に際しては、日本のインバウンド関係者のニーズや訪日旅行商品の造成・販売に連動した適切な取材対象の選定・アレンジ、取材経費の一部負担の支援等を行うことにより、訪日促進効果の高い記事の掲載を促すとともに、機構のウェブサイトへの誘引を働きかける。</p> <p>数値目標</p>	<p>イトはプロモーションだけでなく、重要なマーケティング手段としても位置づけ、媒体トレンドの変化やICTの技術革新を踏まえながら各種ソーシャルメディアの活用を図るとともに、一般消費者、旅行会社、メディア等に向けて、良質の情報を効率的に提供する。</p> <p>また、機構のウェブサイトにおいて、訪日外国人旅行者や海外の送客旅行会社等の対象に応じた情報コンテンツの充実や機能の改善を行う。</p> <p>平成27年度は、訪日需要喚起、訪日旅行者支援、地方への訪問促進などに資する記事で構成したウェブマガジンを、動画素材も活用しつつ、引き続き主要4言語（英語、中文簡体、中文繁体、韓国語）で発行するとともに、新興・潜在市場向け言語での新規サイト構築やニーズの高い情報コンテンツの整備を進め、各市場で運用しているソーシャルネットワークサービスとも連携して情報発信力を強化する。また、ウェブコンテンツのマルチデバイス対応を進め、訪日旅行者の情報収集利便性の向上を図る。</p> <p>海外メディアを通じた情報発信に</p>	<p>なし</p> <p><評価の視点> 多様なメディアを活用し、海外の主要訪日旅行市場に対して日本の観光魅力を効果的に発信しているか。ソーシャルネットワークサービス等を効率的に活用し、海外の各市場にそれぞれ適した内容・手法で情報発信が行われているか。</p>	<p>韓国市場では、関東、中国、四国地方の動画のPRにあたり、テレビCM、シネアド、SNS、動画投稿サイトを連動させた広告を展開することで、SNS（Facebook）で171万件という高いリーチ数を記録した。さらにSNSへの書き込み、人気コンテンツ、閲覧年齢層の分析等を行い、事業効果を把握するとともに、成功要因、課題要因を整理し、次の事業等に活かす取組を行った。</p> <p>【媒体トレンドの変化やICTの技術革新を踏まえた情報発信】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・機構が運営するウェブサイト：15言語、21市場に向けて展開 ・世界的な主流SNSであるFacebookの活用：18市場向けにFacebookサイトを運営 ・市場に応じたタイムリーで良質な情報発信を日替わり等で更新 ・イタリア市場及びスペイン市場向けにそれぞれFacebookページを開設（7月） ・18市場合計のファン数は、380万人を超え、年度中に100万人以上増加 ・18市場平均のエンゲージメント率（ファンが、いいね、コメント、シェア、クリックのいずれかのアクションを起こす割合）は平均で5.5%と、一般的なエンゲージメント率（1%以下）を大きく上回った ・中国市場においては、同国における主流ソーシャルメディアである微博（ファン数52万人）を運営 ・動画や画像メディアに特化したYouTube、Pinterest、Instagram等も活用 	<p>とした18のFacebook等SNSページから、各市場の特性にあわせた日本の良質な観光情報をタイムリーに発信した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・SNSのファン数は、前年の330万人から100万人以上増加し、444万人となり、数値目標の380万人を上回った。（数値目標達成率116.9%）18のSNSページのエンゲージメント率（ファンがアクションを起こす割合）は、平均で5.5%となり、一般的には1%以下とされているFacebookページのエンゲージメント率を大きく上回り、高い支持が得られている。 ・機構が運営する各市場向けのウェブサイトについては、15言語21市場向けに、それぞれの言語できめ細かな情報更新を行うとともに、テレビ、新聞、雑誌、メディアやポータルサイト等の他社のウェブサイトを活用した広告事業等との連動を図り、情報発信の相乗効果を発揮した。 ・マレーシア市場向けサイト、ベトナム語サイトの開設をはじめ、訪日旅行者等が関心を持つ多様なテーマを深掘りして特集するマンスリーウェブマガジン（5言語）の発行、ショッピングモデルコースサイト等の新規コンテンツ整備、マルチデバイス化対応など、ICT技術を活用した各種情報提供に積極的に取り組んだ結果、機構が運営するウェブサイトへのアクセス数は、3億5,050万ページビューとなり、数値目標の3億3,500万ページビューを上回った（数値目標達成率104.6%）。 ・訪日外国人旅行者による旅行消費拡大につなげるた 	
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

	<p>中期目標期間中に、機構のソーシャルネットワークページのファン数を500万人にするとともに、それ以外の機構のウェブサイトのアクセス数を年間4.5億ページビューにする。</p>	<p>当たっては、海外の有力なメディア（在日外国人メディアを含む。）に対し、ウェブサイトやニュースレターによる日本観光情報の提供等を通して日本特集記事の掲載等を働きかける。</p> <p>訪日取材に際しては、日本のインバウンド関係者のニーズや訪日旅行商品の造成・販売に連動した適切な取材対象の選定・アレンジ、取材経費の一部負担の支援等を行うことにより、訪日促進効果の高い記事掲載を促すとともに、機構のウェブサイトへの誘引を働きかける。</p> <p>特に近年急成長を遂げている東南アジア諸国や、訪日旅行拡大の可能性のある欧州潜在市場についてはメディアを通じたPRが非常に有効であるため、これらの市場での取組を強化する。</p> <p>数値目標 機構のソーシャルネットワークページのファン数を380万人にするとともに、それ以外の機構のウェブサイトのアクセス数を年間3億3500万ページビューにする。</p>		<p>【情報コンテンツの充実と機能改善】 ・マンスリーウェブマガジン（英語、中文簡体、中文繁体、韓国語）を年間92本発行（前年比35.3%増） （地方への訪問促進に資する記事の例） 東北の奥会津、花巻・遠野、永平寺、熊野古道・高野山、津和野、伊勢志摩等 （外国人旅行者のニーズが高い情報発信記事の例） 手ぶら観光（宅配サービス利用促進）、北海道新幹線開業、SIM及びWifiキャンペーン等 （ショッピングモデルコースサイトの開設） 全国各地の観光スポットを周りながら買い物を楽しむ全国46コースを5言語で紹介 【新興・潜在市場向け言語での新規サイト構築】 ・マレーシアの宗教的背景等に配慮し、マレーシア市場向けサイトを開設（7月） ・ベトナム語サイト開設（10月）</p> <p>【ウェブコンテンツのマルチデバイス対応】 （新規サイト構築でマルチデバイス対応した例） ・マレーシア市場向けサイト、ベトナム語サイト、モバイルTIPSサイト、ショッピングモデルコースサイト （既存サイトをマルチデバイス対応にリニューアルした例） ・地域産品サイト、タイ語サイト、免税サイト</p> <p>【海外メディアを通じた情報発信】 海外事務所におけるニュースレター発信、及び有力メディアに対する取</p>	<p>め、全国各地の観光スポットを周りながら地域産品等の買い物を楽しむショッピングモデルコース（全国46コース）を紹介するショッピングモデルコースサイトを開設し、ショッピング情報の発信を強化することで、インバウンド消費拡大に貢献した。</p> <p>・海外メディアを通じた情報発信については、各市場における効果の高い媒体の招請や情報提供による情報発信を通じて日本の魅力を海外に提供することにより、旅行目的地としての日本の認知度向上に貢献するとともに、訪日旅行需要を喚起した。</p> <p>・訪日旅行のリピーターが多い東アジア市場等において、地方への誘客を意識した取組を行い、東北、中部、中国、四国、九州等の地域の魅力を訴求する取組を拡充した。特に東日本大震災以降、外国人観光客数の回復が遅れている東北については、各市場で取組を強化した。</p> <p>・数値目標であるSNSのファン数の達成状況（116.4%）、ウェブサイトのアクセス数の達成状況（104.6%）に加えて、各種メディアを活用して、地方への誘客に積極的に取り組むとともに、欧州潜在市場等における有力メディアの活用と訪日旅行商品販売を戦略的に連動させた情報発信等、質の高い事業成果を踏まえ、自己評価評定はAとする。</p> <p>【課題と対応】 多様なメディアを活用し、海外現地目線による日本各地の良質な情報の発信を行う。特にウェブサイト为主要な情報発信手段かつ</p>	
--	-------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

				<p>材協力等により、年度中に 1,181 件の訪日促進関連記事・番組の露出が実現した。内訳は以下の通り。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・有力メディアへの訪日取材協力件数 84 件 →記事掲載・番組放映件数 244 件 ・ニュースレター発行数： 435 件 →記事掲載・番組放映件数 937 件 <p>【東南アジア諸国や欧州潜在市場における取組強化】 (東南アジア諸国の取組例) インドネシアのテレビ番組制作支援を行い、横浜、箱根、松本、軽井沢等、東京近郊等への誘客を意識した番組放映が実現し、推計延べ 400 万人が視聴した。</p> <p>(欧州潜在市場) 平成 28 年 2 月から 3 月にかけて、英国、フランス、ドイツ、スウェーデン、オランダ、フィンランド、ベルギー、デンマーク、オーストリア、ノルウェー、ポーランド、イスラエル、トルコの 13 カ国において、九州、関西、中部周辺エリアを紹介するテレビ CM 及びオンライン映像を配信。テレビ CM は、欧州で広く視聴されている Euronews で放映されたほか、同社ホームページにも掲載され、合計 2,910 万回視聴された。オンラインでは、4,627 万回視聴された。同時期に、航空会社の訪日航空券特別料金キャンペーンを連動させ、認知度向上だけでなく、視聴者に訪日旅行の検討・購入促進を働きかけた。</p>	<p>マーケティングツールと位置付け、世界的な ICT 技術の進化に適時対応し、効果的・効率的な情報発信を行う。</p>	
--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------	--

				<p>【東北観光復興に向けた取組】</p> <p>東日本大震災が発生した 2013 年以降、外国人観光客の回復が遅れている東北地域を支援するため、各市場において、東北の魅力を P R した。</p> <p>(東北地方の認知度向上に向けた取組例)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・タイ市場： タイの旅行ピークシーズンである 4 月のタイ正月休暇に向けた訪日旅行促進を目的として、雪と桜の両方が体験できる東北をテーマにオンラインメディア、新聞、雑誌等で東北の魅力を訴求した。 ・豪州市場： 世界的な旅行口コミサイト Trip Advisor と連携して、東北地方の特集ページを掲載し、ニセコや白馬に次ぐ新たなスノーリゾートとしての魅力を発信した。 <p><数値目標の達成状況></p> <p>【SNS ファン数】</p> <p>機構のソーシャルネットワークページのファン数は、平成 27 年度末時点で 444 万人となり、目標の 380 万人を上回った。 (数値目標達成率 116.9%)</p> <p>【ウェブサイトのアクセス数】</p> <p>機構のウェブサイトアクセス数は、年間で 3 億 5,050 万 PV となり、目標の 3 億 3,500 万 PV を上回った。(数値目標達成率 104.6%)</p>	
--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

4. その他参考情報

(※) 平成 27 年 3 月に、今期中期目標及び中期計画（対象：平成 25 年度～29 年度の 5 年間）ならびに平成 26 年度計画の変更があり、数値目標が変更となった。
変更前の中期計画における数値目標は、「中期目標期間中に、機構のウェブサイトのアクセス数を年間 6 億ページビューにする。」であった。

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
1-1-2-2	訪日プロモーション業務 ②訪日外国人旅行者誘致のための業務 イ 訪日旅行商品の造成・販売支援		
業務に関連する政策・施策		当該事業実施に係る根拠 (個別法条文など)	国際観光振興機構法 第9条 第1号
当該項目の重要度、難易度	重要度：高（「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」（平成27年6月観光立国推進閣僚会議決定）及び「『日本再興戦略』改訂2015」（平成27年6月30日閣議決定）、において、政府目標とされている訪日外国人旅行者2000万人時代を目指すにあたって、本法人における日本の観光魅力の発信等の訪日プロモーション事業の効果的・効率的な執行が重要な役割を果たすものであるため）		関連する政策評価・行政事業レビュー

2. 主要な経年データ													
①主要なアウトプット（アウトカム）情報					②主要なインプット情報（財務情報及び人員に関する情報）								
指標等	達成目標	基準値 (前中期目標期間 最終年度値等)	平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度		平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度
訪日旅行商品の販売・造成のための商談件数	計画値	年平均 20,000件以上	—	—	20,000件 以上	20,000件 以上	20,000件 以上		/	予算額（千円）			
	実績値	—	—	—	27,646件			決算額（千円）					
	達成度	—	—	—	138.2%			経常費用（千円）					
商談参加者の評価	計画値	4段階評価で 上位2つの 評価を得る 割合が7割 (70%)以上	—	—	7割以上	7割以上	7割以上			経常利益（千円）			
	実績値	—	—	—	95.9%			行政サービス実施コスト（千円）					
	達成度	—	—	—	137.0%			従事人員数					
参考：機構が支援した旅行商品による訪日旅行者数	計画値	年間90万人 (※)中期計画 変更前	600,000人 (※)	650,000人 (※)	720,000人 (※)	—	—	900,000人 (※)					
	実績値	—	648,723人	916,217人	1,460,267人	—	—	—					
	達成度	—	—	141.0%	202.8%	—	—	—					

注) 予算額、決算額は支出額を記載。人件費については共通経費分を除き各業務に配賦した後の金額を記載

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価						
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価
				業務実績	自己評価	
	<p><u>イ 訪日旅行商品の造成・販売支援</u></p> <p>海外の旅行会社の訪日旅行商品造成を支援するため、要望に基づく提案や情報・販促素材等の提供、モデル的な訪日旅行商品の素材提供等による企画コンサルティング、旅行博覧会や展示会等への参加、現地有力旅行会社キーパーソンの日本への招請、日本における商談会の開催等の支援を行う。一般消費者向けに日本の観光プロモーションをあわせて行う際には、地方自治体、民間事業者等と連携することで、効率的・効果的な事業展開を図るべく努力する。</p> <p>また、現地旅行会社等のスタッフを対象とした研修・セミナーの実施、現地有力旅行会社との共同広告、訪日旅行販売担当のスキルアップを目的とする J T S (Japan Travel Specialist) 育成事業等により訪日旅行商品販売支援を行う。</p> <p>数値目標</p> <p>中期目標期間中、機構が提供する訪日旅行商品の</p>	<p><u>イ 訪日旅行商品の造成・販売支援</u></p> <p>海外の旅行会社の訪日旅行商品造成を支援するため、旅程等の提案や情報・販促素材等の提供、モデル的な訪日旅行商品の素材提供等による企画コンサルティングや、観光庁等と連携し、旅行博覧会や展示会等への参加、有力旅行会社キーパーソンの日本への招請、日本における商談会の開催等の支援を行う。一般消費者向けに日本の観光プロモーションをあわせて行う際には、地方自治体、民間事業者等と連携し、オールジャパン体制による効果的・効率的な事業展開を図る。</p> <p>また、現地旅行会社等のスタッフを対象とした研修・セミナーの実施、現地有力旅行会社との共同広告、訪日旅行販売担当のスキルアップを目的とする J T S (Japan Travel Specialist) 育成事業等により訪日旅行商品販売支援を行う。</p> <p>数値目標</p> <p>機構が提供する訪日旅行商品の販</p>	<p><主な定量的指標> 機構が提供する訪日旅行商品の販売・造成のための商談件数を20,000件以上とする。 商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 海外において訪日旅行を取り扱う旅行会社等とのネットワークを通じ、訪日旅行商品の造成・販売促進を効果的・効率的に支援しているか。また、海外の旅行会社の多様なニーズに的確に答えられるよう、国内各地の地方公共団体・民間事業者等と連携し、オールジャパン体制で取り組んでいるか。</p>	<p><u>イ 訪日旅行商品の造成・販売支援</u></p> <p><主要な業務実績> 海外の旅行会社等の訪日旅行商品造成・販売促進を以下の取組等を通じて強力に支援し、2015年に過去最多となった訪日外国人数(1974万人、対前年比47.1%増)の大幅な増加に貢献した。事業の実施にあたっては、消費税免税制度の拡充、査証の緩和、航空路線の新規就航やクルーズ船の寄港拡大等の施策と連動を図るとともに、在外公館、地方自治体、民間事業者等と連携し、オールジャパン体制による効果的・効率的な事業展開を図った。</p> <p>【訪日旅行商品造成・販売のための商談会の開催】 訪日旅行商品の造成・販売を支援するため、海外の旅行会社と国内の旅行会社、宿泊施設、運輸施設、その他関連企業等のビジネスマッチングを図るため、国内外で商談会を主催した。</p> <p>(主な商談会) ・ビジット・ジャパン・トラベル&MICE マート (東京、9月) 商談件数 7,954件 参加者：海外バイヤー342社、海外メディア11社、国内セラー403団体、PRセラー26団体 ・アジア商談会(東京、6月) 商談件数 5,235件 参加者：海外バイヤー239社、国内セラー249</p>	<p><評定と根拠> 評定：S</p> <ul style="list-style-type: none"> ・在外公館、地方自治体、民間事業者等と連携し、オールジャパン体制により効果的・効率的な訪日旅行商品の造成・販売支援を実施したことにより、機構が提供する訪日旅行商品の販売・造成のための商談件数は、年間で27,646件となり、目標の20,000件を大きく上回った。(数値目標達成率138.2%) ・オールジャパン体制での取組を促進するとともに、海外の旅行会社等の招請、企画コンサルティング、共同キャンペーン等の実施を通じて、2015年に過去最多を記録した訪日外国人旅行者数(1,974万人)の大幅な増加(47.1%増)に貢献した。 ・新たな日本の観光魅力を紹介する訪日旅行商品の造成・販売支援を目指し、特に訪日旅行のリピーターが多い東アジア市場等において、東北等を重点デスティネーションとして定め、集中的にプロモーションを実施することにより、戦略的に国内目的地の分散化を促進した。 ・海外事務所のネットワークを活かし、各市場において海外現地の有力旅行会社、航空会社等と連携し、日本行き旅行商品販売促進の共同キャンペーン等を実施することにより、当該市場目線での事業展開を行った。 	

	<p>販売・造成のための商談件数を、年平均20,000件以上とする。</p> <p>商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p>	<p>売・造成のための商談件数を20,000件以上とする。</p> <p>商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p>		<p>社</p> <p>【旅行博覧会・展示会等への参加】 世界各地で開催される主要な旅行博覧会・展示会等に、地方公共団体、民間事業者等と共同で出展し、商談機会を提供したほか、機構自らが商談を行った。</p> <p>・富裕層向け商談会（フランス・カンヌ、11月～12月）日本ブースにおける商談件数 554件 日本の宿泊施設等、観光事業者 12社と共同出展し、日本ブースを形成</p> <p>・クルーズ見本市（米国・マイアミ、3月） 自治体、旅行会社等 20団体で日本ブースを形成</p> <p>・国際航空路線誘致商談会 World Routes（中国・成都、9月）、Routes Asia（フィリピン・マニラ、3月） 世界の航空会社等に対し、国際線受け入れ、LCC誘致、新規就航、増便を働きかけ</p> <p>【有力旅行会社キーパーソンの日本への招請】 主要市場の有力旅行会社のツアー造成責任者・担当者等を日本に招請し、国内観光地の視察及び地元関係者等との商談をしてもらうことで、新しい観光魅力を取り入れたツアーの新規開発やツアールート改善を促進した。平成 27 年度は、108 件の招請事業を実施し、25 カ国・地域から延べ 834 人のキーパーソンを招請した。</p> <p>【旅行会社等との共同広告】 旅行会社等と共同で新</p>	<p>・海外の有力な旅行会社等と日本の地方公共団体・民間事業者等が商談する機会を国内外で多数創出し、数値目標である商談件数が目標値を大きく上回る達成状況（達成率 138.2%）となったこと、ならびに 2015 年（1,974 万人、前年比 47.1%増）及び平成 27 年度（2,136 万人、前年比 45.6%増）における訪日旅行者数の大幅な増加及びインバウンド消費拡大に向けた各種取組等による質的な事業成果を踏まえ、自己評価評定は S とする。</p> <p>【課題と対応】 機構が保有する訪日旅行商品の造成・販売支援等のノウハウを最大限に活用し、地方公共団体・民間事業者等のインバウンドビジネスを促進する。海外の旅行会社等との商談機会の提供等を通じて国内関係者と海外の需要のマッチング機能を果たし、さらなるインバウンド需要の拡大を図る。</p>	
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

			<p>聞、雑誌、ウェブサイト等に広告を掲出し、訪日旅行の需要喚起と訪日旅行商品の販売促進を行った。</p> <p>(共同広告の例)</p> <p>・台湾市場： 航空会社7社、及び旅行会社3社と連携し、東北、中国、四国への訪日旅行商品の共同広告を8月から12月まで実施。台湾の主要な新聞、雑誌、ウェブサイト広告を掲出し、69,079人を地方各地へ送客した。</p> <p>・シンガポール市場： シンガポールで開催される国際旅行見本市(7月及び2月)に併せ、大手旅行会社と中部、九州など地方行き特別価格商品の共同広告を実施。7月の送客数は2,529人、2月は2,818人となり、地方行き旅行商品の販売を促進した。</p> <p>【現地旅行会社への人材育成事業】</p> <p>海外の旅行会社による訪日旅行商品の造成・販売を支援するため、旅行会社等のスタッフを対象とした研修・セミナーを実施した。年度中に、141件のセミナーを実施し、延べ9,307人が参加した。</p> <p>また現地旅行会社のコンサルティング能力の向上と訪日旅行商品の販売促進を目的に、訪日旅行の販売のために必要な知識をウェブサイト上で学習できるEラーニングシステムを各市場で運営し、訪日旅行専門家(JTS, Japan Travel Specialist)の育成を行った。</p> <p>・Eラーニング参加者数</p>	
--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

			<p>(9市場で実施)： 新規4,543人、累計28,773人 ・JTS認定者(9市場合計)： 新規1,706人、累計17,244人</p> <p>【東北をはじめとした地方送客拡大に向けた取組】 外国人観光客の回復が遅れている東北地域をはじめとして、地方各地への送客拡大に向けて、各市場で訪日旅行商品の造成・販売促進に資する事業を実施した。</p> <p>(東北復興を目的とした事業の例) ・台湾市場では、重点 destinations の東北、中国、四国地方関連のPRショートムービーやお得な商品情報を提供した「デジタル旅行博サイト」を開設し、訪日旅行商品の販売を促進した。期間中のアクセス数は70万PV、タイアップ旅行会社12社による送客人数は69,432人に上った。</p> <p>・中国市場では、オンライン旅行会社大手のCtripのサイト内に、重点 destinations の九州の観光魅力と割引商品を紹介するキャンペーンコンテンツを開設し、7月1カ月間の期間中、アクセス数は37万PV、Ctripによる送客人数は8,887人に上った。</p> <p><数値目標の達成状況> 【商談件数】 機構が提供する訪日旅行商品の販売・造成のための商談件数は、年間で27,646件となり、目標の20,000件を大きく上回った。(数値目標達成率138.2%) 機構が主催したビジッ</p>	
--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

				<p>ト・ジャパン・トラベル マート（東京）は過去最 大規模となり、7,954 件 の商談が行われた。</p> <p>【商談参加者評価】 商談参加者に対する調 査において、商談の評価 が、4段階評価で上位 2 つの評価を得た割合は 95.9%となり、非常に高 い満足度が得られた。(数 値目標達成率 137.0%)</p>		
--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

4. その他参考情報	
<p>(※) 平成 27 年 3 月に、今期中期目標及び中期計画（対象：平成 25 年度～29 年度の 5 年間）ならびに平成 26 年度計画の変更があり、数値目標が変更となった。 変更前の中期計画における数値目標は、「中期目標期間中に、機構が造成・販売支援を行った旅行商品により訪日した外国人旅行者の数を年間 90 万人とする。」であった。</p>	

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
1-2-1	国内受入体制整備支援業務 ①観光案内所の整備支援業務		
業務に関連する政策・施策		当該事業実施に係る根拠 (個別法条文など)	国際観光振興機構法 第9条 第1号
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業 レビュー	

2. 主要な経年データ

①主要なアウトプット（アウトカム）情報									②主要なインプット情報（財務情報及び人員に関する情報）					
指標等		達成目標	基準値 (前中期目標期間 最終年度値等)	平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度		平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度
情報提供の 評価	計画値	4段階評価で 上位2つの 評価を得る 割合が7割 (70%)以上	—	7割以上	7割以上	7割以上	7割以上	7割以上		予算額(千円)				
	実績値	—	—	95.2%	95.3%	98.1%				決算額(千円)				
	達成度	—	—	136.0%	136.1%	140.1%				経常費用(千円)				
情報提供の 評価 (対面・電話)	計画値	60,000件	—	—	—	46,000件	53,000件	60,000件		経常利益(千円)				
	実績値	—	—	—	—	37,915件				行政サービス実 施コスト(千円)				
	達成度	—	—	—	—	82.4%				従事人員数				
情報提供の 評価 (ウェブ)	計画値	350,000件	—	—	—	250,000件	300,000件	350,000件						
	実績値	—	—	—	—	395,390件								
	達成度	—	—	—	—	158.2%								
参考・情報提供 件数 (対面・電話・ウェブ)	計画値	120,000件 (※) 中期計 画変更前	—	63,000件 (※)	164,000件 (※)	—	—	120,000件 (※)						
	実績値		—	対面・電話 46,461件 ウェブ 120,531件 合計: 166,992件	対面・電話 41,263件 ウェブ 229,566件 合計: 270,829件	—	—	—						
	達成度	—	—	265.1%	165.1%	—	—	—						

注) 予算額、決算額は支出額を記載。人件費については共通経費分を除き各業務に配賦した後の金額を記載

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価						
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価
				業務実績	自己評価	
<p>訪日外国人旅行者の利便性・満足度を向上させるため、国内における受入環境整備として、外国人観光案内所の認定・支援を行い、案内所の更なる質の向上・質の担保を図る。支援の実施に当たっては、認定案内所からの評価を定量的に把握し、相当程度の評価を得るものとする。機構が運営するツーリスト・インフォメーション・センター（以下「TIC」という。）については、機構がこれまでに培ってきたネットワークや手法に基づき、民間のノウハウを取り入れた効果的な運営を行うとともに案内所支援業務の中核として全国の案内所との連携を強化する。運営にあたっては、ウェブを活用した情報提供コンテンツを創設するとともに、TICにおいて対面、電話又はウェブによって情報提供を行う機会を増加させる。また、立地や他の外国人観光案内所との連携方法等を含め、現行の在り方を利用者視点に立って見直す。</p>	<p>訪日外国人旅行者の国内受入環境整備を推進するため、外国人観光案内所の認定・支援を行い、ボランティアガイドの活用も視野に入れつつ、外国人観光案内所の更なる質の向上・質の担保を図る。支援の実施に当たっては、外国人旅行者の動向や認定案内所のニーズを踏まえ、支援の充実を図ることとする。ツーリスト・インフォメーション・センター（以下「TIC」という。）については、機構がこれまでに培ってきたネットワークや手法に基づき、民間のノウハウを取り入れた効果的な運営を行うとともに、案内所支援業務の中核として全国の案内所との連携を強化する。運営に当たっては、ウェブを活用した情報提供コンテンツを創設するとともに、海外事務所等を通じたTICの広報の強化を行い、対面、電話又はウェブによって情報提供を行う機会を増加させる。また、立地や他の外国人観光案内所との連携方法等を含め、現行</p>	<p>訪日外国人旅行者の国内受入環境整備を推進するため、外国人観光案内所の認定・支援を行い、ボランティアガイドの活用も視野に入れつつ、外国人観光案内所のネットワーク拡大や更なる質の向上・質の担保を図る。平成27年度は、外国人観光案内所認定に係る電子申請システム及び認定案内所の管理データベースを構築することにより、同業務の大幅な効率化を図る。また、引き続き認定観光案内所実態調査や研修会を実施するほか、認定観光案内所専用サイトを活用し、先進的な取組事例や参考情報・資料を共有することを通じて、外国人旅行者へ提供するサービスの質の向上を図る。支援の実施に当たっては、外国人旅行者の動向や認定観光案内所のニーズを踏まえ、支援の充実を図ることとする。さらに、地方公共団体等に新たな観光案内所の申請を働きかけるとともに、主要空港・ターミナル駅等に所在する認定観光案内所に上位</p>	<p><主な定量的指標> 外国人観光案内所に対する調査において、機構からの支援サービスの評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。 TICによる対面・電話等での情報提供件数を年間4万6,000件、ウェブでの情報提供件数を年間25万件とする。</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 外国人旅行者が円滑に国内を旅行できるよう、外国人旅行者に対する観光情報等の提供が効果的・効率的に行われているか。 外国人観光案内所の認定制度を通じた全国的な案内所ネットワークの拡大、及び案内所が提供するサービスの質の向上・質の担保が図られているか。 機構による外国人旅行者への情報提供に関し、旅行者の情報収集手段・ニーズをふまえ、情報提供の機会を増やしているか。</p>	<p><主要な業務実績> 【外国人観光案内所の認定・支援】 訪日外国人旅行者の国内受入環境整備を推進するため、外国人観光案内所のネットワーク拡大及び更なる質の向上・担保を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> 認定外国人観光案内所数：前年度末528カ所→当該年度末759カ所（43.8%増） 外国人観光案内所の質の向上・担保を図るため、認定観光案内所専用サイトの活用、ニュースレターの配信、実態調査（全国各地76カ所）の実施、研修会（大阪市7月、福岡市11月、東京2月）の開催等を通じて、先進的取組や事例・情報の共有、助言等を行った。 観光案内のサービス内容向上により、函館空港、長崎空港、新神戸駅、鹿児島中央駅等の主要空港・ターミナル駅に所在する外国人観光案内所を含む20カ所以上が上位カテゴリーへ移行した。 前年度末時点で、47都道府県のうち6県は中位以上のカテゴリーの認定外国人観光案内所がなかったが、機構の働きかけや研修による支援等により、当該6県においても平成27年度中に中位以上のカテゴリーの認定外国人観光案内所がそれぞれ設置された。これにより、中位以上のカテゴリ 	<p><評定と根拠> 評定：A</p> <ul style="list-style-type: none"> 機構が認定する外国人観光案内所のネットワークは、前年度の528カ所から平成27年度は759カ所に拡大し、外国人への観光案内体制が全国レベルで格段に向上した。認定済みの案内所の質の向上を促進するコンサルティングにも注力し、平成27年度は20カ所以上の案内所が上位カテゴリーに移行した。 中位以上のカテゴリーの認定観光案内所が未設置であった6県への働きかけ・支援を行い、年度中にこれらの県にも広域案内に対応する案内所が設置された。これにより、広域案内に対応する中位以上のカテゴリーの認定観光案内所のネットワークが全都道府県に拡がり、日本各地を周遊する外国人観光客の利便が向上した。 外国人観光案内所に対する調査において、98.1%の回答者が機構の支援サービスは大変役立った、または役立ったと回答しており、非常に高く評価されている。 TICは、民間のノウハウを取り入れた運営を行い、全国各地の外国人観光案内所へのノウハウ提供、問い合わせ対応等を通じて認定外国人観光案内所のネットワーク拡大及び質のレベルアップに貢献した。 大規模災害等発生時に外国人旅行者等への情報提供 	<p>評定</p>

	<p>の在り方を利用者視点に立って見直す。</p> <p>数値目標 外国人観光案内所に対する調査において、機構からの支援サービスの評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p> <p>中期目標期間中に、T I Cによる対面・電話等での情報提供件数を年間6万件、ウェブでの情報提供件数を年間35万件とする。</p>	<p>の 카테고리への移行を働きかけ、外国人案内所のネットワークの拡大に努める。</p> <p>ツーリスト・インフォメーション・センター(以下「T I C」という。)については、機構がこれまでに培ってきたネットワークや手法に基づき、民間のノウハウを取り入れた効果的な運営を行うとともに、案内所支援業務の中核として全国の案内所との連携を強化する。具体的にはT I Cと空港、鉄道駅等の交通拠点に存在する認定観光案内所との相互案内に取り組む。また、ウェブを活用した情報提供コンテンツの更なる拡充を図るとともに、海外事務所等を通じたT I Cの広報の強化を行い、対面、電話又はウェブによって情報提供を行う機会を増加させる。また、立地や他の外国人観光案内所との連携方法等を含め、現行の在り方を利用者視点に立って見直す。さらに、大規模災害等発生時の情報提供環境を整備する必要性に鑑み、震度6弱以上(東京23区内は震度5強以上)の地震発生時にT I Cにおける緊急時の電話対応時間の24時間化を行う。</p>		<p>一の認定観光案内所のネットワークが全都道府県に拡がり、国内を周遊する外国人旅行者が地方各地で広域の観光案内が受けられるようになった。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光案内所認定に係る電子申請システムを新たに構築し、認定案内所の管理データベースと統合することにより業務の効率化を図った。 <p>【ツーリスト・インフォメーション・センター(T I C)の運営】 以下の取組を通じて、T I Cの効率的・効果的運営と全国の案内所との連携の強化を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・認定案内所への支援サービスの提供 認定案内所に対して電話による多言語(英・中・韓)通訳サービスや電話およびメールでの問合せサービスを提供し、認定案内所のリード役としての機能を果たした。 ・T I Cの広報強化 東京駅周辺に立地する認定観光案内所と連携して広報を強化した。また、海外事務所を通じてT I Cの広報を実施した。 ・T I Cのあり方に関する検討 他の認定観光案内所との連携等を含め、T I Cの今後のあり方についての検討を行った。 ・ウェブを活用した情報提供コンテンツの拡充 訪日外国人旅行者から特に質問の多い交通関連情報、イベント情報等を更新し、ウェブによる情報提供を拡充した。外国人観光客だけでなく、国内の案内所等も当該コン 	<p>を行うため、震度6以上(東京23区内は震度5強以上)の地震発生時に、T I Cにおける緊急時電話対応を24時間可能としており、5月の小笠原沖地震発生時に初めて稼働させ、夜間電話対応を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ウェブによる情報提供件数は、目標値の25万件を大きく上回る39.5万件となり、ウェブによる情報ニーズの高まりに対応した。 ・以上のことから、対面・電話による情報提供件数が目標値を下回ったものの、ウェブによる情報提供の拡充や、全国各地の外国人観光案内所の量的及び質的向上の実現を支援を通じて、訪日外国人旅行者の増加及び多様化するニーズに効率的に対応していることから、自己評価評価はAとする。 <p>【課題と対応】 ITを活用して情報収集を行う訪日外国人が増大する中、T I Cの立地や他の外国人観光案内所との連携手法等を含め、利用者視点に立った検討を進める。また、ICTが伸長する状況を踏まえたうえで、外国人旅行者の情報収集手段の把握に努め、効果的・効率的な手法等により情報提供を行う。</p>	
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

		<p>数値目標</p> <p>外国人観光案内所に対する調査において、機構からの支援サービスの評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p> <p>TICによる対面・電話等での情報提供件数を年間4万6,000件、ウェブでの情報提供件数を年間25万件とする。</p>		<p>テントを活用している。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大規模災害等発生時の緊急時の電話対応 24時間化 <p>平成26年度に整備した震度6以上（東京23区内は震度5強以上）の地震発生時におけるTICの24時間電話対応体制について、5月に発生した小笠原諸島沖地震（M8.5）時に初めて稼働させ、夜間電話対応を実施した。</p> <p><数値目標の達成状況></p> <p>【外国人観光案内所の満足度】</p> <p>外国人観光案内所に対する調査において、機構の支援サービスの評価は、4段階評価のうち上位2つの評価を得た割合が98.1%と、目標の7割を大きく上回り、非常に高い満足度を得た。（数値目標達成率140.1%）</p> <p>【TICによる対面・電話での情報提供件数】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・TICにおける対面・電話等での情報提供件数は37,915件と、目標の46,000件を下回った。（数値目標達成率82.4%） ・対面・電話での情報提供件数が数値目標に達しなかった理由として、外国人観光客のICT利用の増加に伴い、対面・電話よりもウェブによる情報収集が一般的な情報収集手段となりつつあること、また東京都内ならびに全国各地の外国人認定観光案内所が急速に増加し、またそれぞれ案内レベルが向上していることにより、外国人旅行者が案内を得る手段及び場所の選択肢が増え、案内の機会が分散化しつつあること等が挙げられる。 		
--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

				<p>【ウェブでの情報提供件数】</p> <ul style="list-style-type: none"> ウェブによる情報提供件数は、39.5万件となり、目標の25万件を大幅に上回った。(数値目標達成率158.2%) 		
--	--	--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

4. その他参考情報

(※) 平成27年3月に、今期中期目標及び中期計画(対象:平成25年度~29年度の5年間)ならびに平成26年度計画の変更があり、数値目標が変更となった。変更前の中期計画における数値目標は、「中期目標期間中に、TICによる情報提供件数を年間12万件とする。」であった。

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
1-2-2	国内受入体制整備支援業務 ②通訳案内士試験業務		
業務に関連する政策・施策		当該事業実施に係る根拠 (個別法条文など)	国際観光振興機構法 第9条 第3号 通訳案内士法 第11条
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業 レビュー	

2. 主要な経年データ										
①主要なアウトプット（アウトカム）情報					②主要なインプット情報（財務情報及び人員に関する情報）					
指標等		達成目標	基準値 (前中期目標期間 最終年度値等)	平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度		
業務経費の 収支	計画値	収入を償う	—	収支を償う	収支を償う	収支を償う	収支を償う	収支を償う		
	実績値	—	△15,857 千円	△18,715 千円	8,697 千円	7,746 千円				
	達成度	—	—	未達成	達成	達成				
出願者数	計画値	増大を図る		—	—	—	—	—		
	実績値	—	5,844人	5,535人	8,140人	12,306人				
	達成度	—		前年比 5.3%減	前年比 47.1%増	前年比 51.2%増				
									予算額（千円）	
									決算額（千円）	
									経常費用（千円）	
									経常利益（千円）	
									行政サービス実施コスト（千円）	
									従事人員数	

注) 予算額、決算額は支出額を記載。人件費については共通経費分を除き各業務に配賦した後の金額を記載

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価

中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
<p>通訳案内士試験の代行業務については、通訳案内士試験の受験手数料収入で試験業務経費を償うことができず赤字化している現状を踏まえ、その原因を分析した上で、受験者数の予測を行い、試験実施方法の見直し等による試験事務の更なる効率化を実施し、あわせて、受験者数の増大を図ることにより、可能な限り早期に、本試験事務の収支が償う状態とする。</p>	<p>通訳案内士法に基づき、通訳案内士試験の実施に関する事務を行う。通訳案内士試験の受験手数料収入で試験業務経費を償うことができず赤字化している現状を踏まえ、その原因を分析した上で、受験者数の予測を行い、会場費の削減等試験実施方法の見直し等による試験事務の更なる効率化を実施し、あわせて、広報強化等により受験者数の増大を図ることにより、本試験事務の収支が償う状態とする。</p>	<p>通訳案内士法に基づき、通訳案内士試験の実施に関する事務を行う。通訳案内士試験の受験手数料収入で試験業務経費を償うことができず赤字化している現状を踏まえ、その原因を分析した上で、受験者数の予測を行い、試験実施方法等による試験事務の更なる効率化を実施し、あわせて、広報強化等により受験者数の増大を図ることにより、本試験事務の収支の改善に取り組む。具体的には、筆記試験の免除対象とした民間の検定試験の実施団体等との連携やソーシャルメディア等の活用による広報・周知の強化を通じて受験者の増大を図りつつ、準会場設置の働きかけを行い、受験者の増大及び経費の削減に取り組むとともに、機構が実施する試験業務の在り方について検討を進める。</p>	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 国家試験である通訳案内士試験の事務を代行するにあたり、公正性を担保し、確実・適切に運営しているか。試験事務代行業務のさらなる効率化、受験者数増加策を講じること等により、受験手数料で試験事務の経費が償えるよう、必要な改善・取組が行われているか。</p>	<p><主要な業務実績> 「通訳案内士試験ガイドライン」（国土交通省、平成28年4月改訂）に基づき、試験の公正性・適正性を確保しつつ、試験事務を円滑に実施した。試験の実施にあたっては、試験事務の更なる効率化を図るとともに、広報強化等による受験者の増加を図り、受験手数料収入をもって試験事務の費用を償った。</p> <p>【試験実施概要】 （1）実施日程 ・願書・施行要領の配付と願書受付期間：平成27年5月18日～6月29日 ・筆記試験：平成27年8月30日 ・筆記試験合格発表：平成27年11月19日 ・口述試験：平成27年12月13日 ・最終合格発表：平成28年2月10日</p> <p>（2）試験地 ・筆記試験：札幌市、仙台市、東京都、名古屋市、京都市、広島市、福岡市、那覇市、ソウル市（韓国）、台北市（台湾） ※準会場は、東京都、千葉市、熊本市、新潟市、大阪市、神戸市 ・口述試験：東京都、京都市、福岡市</p> <p>（3）試験科目 ・筆記試験：外国語（※10言語）、日本地理、日本歴史、一般常識</p> <p>（※）英語、中国語、韓国語、フランス語、スペイン語、ドイツ語、イタ</p>	<p><評定と根拠> 評定：B</p> <p>・「通訳案内士試験ガイドライン」（国土交通省、平成28年4月改訂）に基づき、試験事務の公正性等を確保しつつ、試験事務を代行した。</p> <p>・出願者数は、過去最多となる12,306人（前年比51.2%増）に達し、試験の公正性・適正性を確保しつつ、増大する試験事務に確実に対応した。</p> <p>・口述試験の試験時間が1人あたり8分程度から10分程度に延長されたことに伴い、試験実施時間及び実施場所を拡大して対応した。</p> <p>・ウェブ申請対象の拡大、口述試験の採点にマークシートを導入する等、試験事務の更なる効率化に取り組み、受験者数の大幅増加及び口述試験時間の延長等に的確に対応した。</p> <p>・本業務における最大の課題であった収支を償うことについて2年連続で達成、また、大幅な受験者数の増加に的確に対応し、円滑な試験実施を行ったことから、自己評価評定はBとする。</p> <p>【課題と対応】 本業務に関しては、受験手数料収入により試験業務経費の収支を償うことが最大の課題であったが、平成26年度、平成27年度と2年連続で収支を償った。引き続き、黒字を維持できるよう、試験事務の品質を担保しつつ、事務効率化と受験者数の増加を図る取組を継続する。</p>	<p>評定</p>	

				<p>リア語、ポルトガル語、ロシア語、タイ語の 10 言語</p> <ul style="list-style-type: none"> ・口述試験： 実践的なコミュニケーション能力 <p>【試験実施結果概要】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・総受験者数 10,975 人 (前年比 50.5%増) ・合格者数 2,119 人(合格率 19.3%、合格者数対前年比 27.8%) <p>【広報強化等による受験者増の実現】</p> <p>2020 年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催や訪日外国人旅行者数の増加傾向を背景に、通訳案内士制度の認知が高まり、また機構による広報強化等による成果とあいまって、出願者数は過去最多となる延べ 12,306 人 (前年比 51.2%増) となった。</p> <p>【試験事務の効率化】</p> <p>平成 27 年度は、ウェブ申請対象の拡大、口述試験の採点にマークシートを導入する等、試験の公正性・適正性を確保しつつ、試験事務の更なる効率化に取り組み、受験者数の増加に的確に対応した。</p> <p>【口述試験の試験時間の延長】</p> <p>「通訳案内士試験ガイドライン」(平成 28 年 4 月改訂) の改訂により、口述試験については、前年度まで 1 人あたりの試験時間が 8 分程度であったところ、平成 27 年度から 10 分程度に延長することとなり、これに対応したオペレーションを実施した。</p> <p>平成 27 年度の出願者数は過去最多の延べ 12,306 人(前年比 51.2%</p>	
--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

				<p>増)となり、受験手数料収入は144百万円(前年から49百万円増)、試験業務経費は136百万円となった。本業務の収支は8百万円の黒字(前年度は9百万円)となり、平成21年度以降赤字が続いていたが、平成26年度の黒字転換に続き、2年連続で黒字を維持した。通訳案内士試験ガイドラインの改訂により、口述試験の試験時間が延長されたことに伴い、試験会場のスタッフ等に要する費用が増えたこと等により、黒字幅は1百万円縮小した。</p>		
--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

業務実績等報告書様式 1-1-4-1 中期目標管理法 年度評価 項目別評価調書（国民に対して提供するサービスその他業務の質の向上に関する事項）様式

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
1-3	国際会議等の誘致・開催支援業務		
業務に関連する政策・施策		当該事業実施に係る根拠 (個別法条文など)	独立行政法人国際観光振興機構法 第9条 第7号 国際会議等の誘致の促進及び開催の円滑化等による国際観光の振興に関する法律
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ														
①主要なアウトプット（アウトカム）情報									②主要なインプット情報（財務情報及び人員に関する情報）					
指標等		達成目標	基準値 (前中期目標期間 最終年度値等)	平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度		平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度
商談件数	計画値	年平均 1,700件以上	—	—	—	1,700件 以上	1,700件 以上	1,700件 以上		予算額（千円）				
	実績値	—	—	—	—	3,471件				決算額（千円）				
	達成度	—	—	—	—	204.2%				経常費用（千円）				
商談参加者の評価	計画値	4段階評価で 上位2つの 評価を得る 割合が7割 (70%)以上	—	—	—	7割以上	7割以上	7割以上		経常利益（千円）				
	実績値	—	—	—	—	91.6%				行政サービス実施コスト（千円）				
	達成度	—	—	—	—	130.9%				従事人員数				
議等への外国人参加者予定数 参考…誘致に成功した国際会	計画値	102,000人 (※)中期計画 変更前	—	82,700人 (※)	87,300人 (※)	—	—	102,000人 (※)						
	実績値	—	—	92,128人	103,528人	—	—	—						
	達成度	—	—	111.4%	118.6%	—	—	—						

注) 予算額、決算額は支出額を記載。人件費については共通経費分を除き各業務に配賦した後の金額を記載

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価						
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価
				業務実績	自己評価	
我が国のMICE (Meeting, Incentive Travel, Convention, Exhibition/ Event の総称)分野の国際競争力を強化するため、海外においては各種MICE関連団体等との国際ネットワークの充実を図るとともに、世界のMICE市場の動向及び競合する都市や団体による誘致活動に関する情報の収集力を強化し、今後の市場トレンドの分析や課題の整理・解決に向けた取組を実施する。また、大学・産業界等国内主催者との一層の関係強化・支援強化に取り組むとともに、国内外において新規案件を発掘する機能を拡大する。これらを始めとした各種マーケティング活動の強化を通じて、従来からのMICE誘致・開催支援業務を強化するとともに、地方自治体、コンベンションビューロー等の誘致主体のマーケティング戦略の高度化と戦略に基づく誘致活動の着実な実施に向けた支援を行う。これらの取組を基礎に、MICEの誘致・開催促進事業の実施主体として、	①国際会議等の誘致支援業務 我が国のナショナルコンベンションビューローとしてのマーケティング機能を強化し、市場分析、誘致対象のターゲティング、ポジショニング等を踏まえた誘致戦略を策定する。関係者のニーズを的確に反映しつつ、従来からのMICE (Meeting, Incentive Travel, Convention, Exhibition/ Event の総称) 誘致・開催支援業務を一層充実するとともに、都市・コンベンションビューローの強化のためのコンサルティング機能の拡充を図ることで、我が国のMICE誘致主体のマーケティング戦略の高度化とその着実な実施に対する支援を行う。また、ICCA (International Congress and Convention Association) を始めとする国際的なMICE関連団体の活動への積極的な参画等による国際ネットワークの充実を図るとともに、海外における市場や会議主催者	①国際会議等の誘致支援業務 我が国のナショナルコンベンションビューローとしてのマーケティング機能を強化し、市場分析、誘致対象のターゲティング、ポジショニング等を踏まえた誘致戦略を策定する。関係者のニーズを的確に反映しつつ、従来からのMICE (Meeting, Incentive Travel, Convention, Exhibition/ Event の総称) 誘致・開催支援業務を一層充実するとともに、観光庁のグローバルMICE戦略都市及びグローバルMICE強化都市育成事業への支援を含め、都市・コンベンションビューローの強化のためのコンサルティング機能の拡充を図ることで、我が国のMICE誘致主体のマーケティング戦略の高度化とその着実な実施に対する支援を行う。また、ICCA (International Congress and Convention Association) を始めとする国際的なMICE関連団体	<主な定量的指標> 海外の国際会議・インセンティブ旅行主催者等と、機構、国内の地方公共団体及び民間事業者等との商談件数を1,700件以上とする。 商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。 <その他の指標> なし <評価の視点> 「2030年にはアジア No. 1 の国際会議開催国として不動の地位を築く」ことに向け、国内外において着実な取組が行われているか。	<主要な業務実績> 【マーケティング機能の強化】 以下の取組等を通じて、我が国のナショナルコンベンションビューローとしてのマーケティング機能を強化し、都市・コンベンションビューローの誘致支援業務の充実化を図った。 ・新しい日本のMICEブランド「Japan. Meetings & Events - New ideas start here」の発信・認知拡大 <新規> ・グローバルMICE戦略都市及びグローバルMICE強化都市への支援 (MICE 専門誌による都市取材等) ・ICCA データベース及び機構データベースの活用による新規誘致案件の掘り起こしの強化 ・MICE 市場説明会 (9月、1月) 及びMICEシンポジウム (12月) の開催 <新規> 【誘致支援業務の充実化】 ・国内最大級のビジット・ジャパン・トラベルマートと連動したMICEマートの開催・拡充 (9月) ・国内各都市と連携した国際団体等の海外キーパーソングループ招請、及び個別招請 ・新しいMICEブランドのコンセプトを踏まえた映像ツールの制作 <新規>	<評定と根拠> 評定：S ・2030年にアジア No.1 の国際会議開催国として不動の地位を築くという政府目標の達成に向け、マーケティング機能の強化、海外におけるネットワーク拡大とMICE 専門見本市等への参加を通じた情報収集・分析、国内における有力な会議主催者との関係強化等の取組を行った。 ・アジア諸国を中心とする海外競合国・地域との誘致競争が激しさを増す中、2015年の日本における国際会議開催件数は過去最多の355件となり、アジア・オセアニア・中東地域で4年連続1位、世界総合ランキング第7位の堅持に貢献した。 ・新しい日本のMICEブランド「Japan. Meetings & Events - New ideas start here」を各事業・各作成物に反映し、国内外におけるブランドイメージの確立と認知拡大を図った。 ・国内各都市・コンベンション推進機関等と連携して、海外の主要MICE見本市等に参加したほか、機構が主催するMICE商談会等を通じて、国際会議・インセンティブ旅行主催者等と、機構、国内の地方公共団体及び民間事業者等との商談の場を提供し、数値目標の2,000件を2倍以上、上回る年間3,471件の商談を実現した。海外側・国内側双方の商談参加者による満足度 (4段階評価の上位2	評定

<p>また、我が国のナショナルコンベンションビューローとして、国際会議及びインセンティブ旅行（企業報奨旅行）等のMICE誘致についてさらなる深化を図る。</p> <p>なお、これらの各種取組に当たっては、成果の最大化の観点から、支援対象等の選択と集中の徹底及び効率的な実施に留意することとする。</p>	<p>等の動向及び競合国・都市等の誘致活動に関する情報の収集・分析を強化し、国内の誘致関係者への情報提供を行う。また、国内においては有力な会議主催者等との関係強化や会議誘致への啓蒙活動の充実等により主催者への動機づけを行い、誘致・開催に向けた意欲を高める等、大学・産業界等との一層の関係強化を通じた新規案件発掘機能を拡大する。</p> <p>あわせて訪日インセンティブ旅行（企業報奨旅行）等の市場分析の強化を通じ、東南アジア、欧米豪等の有望市場からの誘致拡大を図る。</p> <p>これらの取組を基礎に、MICEの誘致・開催促進事業の実施主体として、また、我が国のナショナルコンベンションビューローとして、国際会議及びインセンティブ旅行（企業報奨旅行）等のMICE誘致についてさらなる深化を図る。</p> <p>なお、これらの取組に当たり、支援対象等の絞りこみ、効率的な実施に留意する。</p> <p>②国際会議の開催支援業務</p> <p>誘致が決定した国際会議の開催を円滑に進めるた</p>	<p>の活動への積極的な参画等による国際ネットワークの充実を図るとともに、平成27年度に策定予定の新しい日本のMICEブランドについての認知拡大を図る。また、海外における市場や会議主催者等の動向及び競合国・都市等の誘致活動に関する情報の収集・分析を強化し、国内の誘致関係者への情報提供を行う。さらに、国内においてはアンバサダープログラムの運営を通じ有力な会議主催者等との関係強化や会議誘致への啓蒙活動の充実等により主催者への動機づけを行い、誘致・開催に向けた意欲を高める等、大学・産業界等との一層の関係強化を通じた新規案件発掘機能を拡大する。</p> <p>あわせて訪日インセンティブ旅行（企業報奨旅行）等の市場分析の強化を通じ、東南アジア、欧米豪等の有望市場からの誘致拡大を図る。更に日本の開催地としての魅力向上に資する観光庁のユニークベニューへの取組を支援する。</p> <p>これらの取組を基礎に、MICEの誘致・開催促進事業の実施主体として、また、我が国のナショナルコンベンションビュー</p>		<p>【海外におけるネットワーク拡大、情報収集・分析の強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・MICE 専門見本市・商談会への参加、国際的MICE 関連団体の活動への積極的参画 例：IT&CM（中国）、IMEX（ドイツ）、IMEXアメリカ（米国）、IBTM（スペイン）、AIME（豪州）等 ・国際会議協会 ICCA（International Congress and Convention Association）ワークショップ（福岡 8月）、及び総会（ブエノスアイレス 9月）への参加 <p>【国内誘致関係者への情報提供強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・MICE アンバサダープログラムの運営（平成27年度中に新たに8名を任命）＜新規＞ ・ユニークベニューリスト及びコンベンションシティガイドのウェブ掲載＜新規＞ ・国際会議誘致・開催貢献者の表彰（12月） ・国際会議主催者セミナーの開催（東京 12月、広島 1月） ・国際会議開催マニュアル及び日本コンベンション都市ガイドの改訂及びウェブ公開 ・国際会議の主催者を対象としたメールマガジンの発行（年5回、配信数各3,500） <p>上記の取組等の結果、平成27年度中に21件の国際会議の誘致に成功した。そのうち、開催規模が2,000人以上の大型会議6件（うち1件は7,000人規模）の開催が決まった。</p> <p>平成 27 年度中に開催</p>	<p>段階を得た割合）は、91.6%と目標の7割を大きく上回り、高い評価を得ている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商談等を通じて得られた情報をもとに、MICE開催国としての日本の強み及びポジショニングを踏まえた戦略的な誘致活動を展開し、年度中に誘致が成功した国際会議のうち、開催規模が2,000人以上の大型国際会議は6件（うち最大の会議は7,000人規模）となり、重要な学術・産業界の国際会議等の誘致に成功した。 ・日本を代表する国際会議開催地として、観光庁が認定するグローバルMICE戦略都市（7都市）及びグローバルMICE強化都市（5都市）に対し、MICE専門誌でのPRをはじめとする認知度向上支援等を行った。 ・地域の特性及び収容規模等を活かした国際会議の誘致協力にも積極的に取り組み、年度中に富山（2018年、1,200人）、広島（2017年、300人）等での国際会議開催が決定した。 ・MICE アンバサダープログラムの運営を通じて、国内の有力な会議主催者との関係を強化し、国際会議の誘致支援を行った。年度中にMICE アンバサダーによる国際会議の開催が3件決定した（いずれも日本初開催）。 ・インセンティブ旅行については、東アジア、東南アジア等の有望市場に対する取組を強化し、平成27年度に新たにインドネシアでのセミナーを開催するなど、積極的な誘致活動を展開した。また、初めて、大型インセンティブのニーズに特化した大型インセンティブ 	
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

	<p>め、ノウハウ事例の提供、人材育成、寄附金募集・交付金交付制度の運営等の事業を実施する。</p> <p>数値目標 中期目標期間中、海外の国際会議・インセンティブ旅行主催者等と、機構、国内の地方公共団体及び民間事業者等との商談件数を年平均1,700件以上とする。</p> <p>商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p>	<p>ローとして、国際会議及びインセンティブ旅行（企業報奨旅行）等のMICE誘致についてさらなる深化を図る。</p> <p>なお、これらの取組に当たり、支援対象等の絞りこみ、効率的な実施に留意する。具体的には、別添1の業務計画に基づき、業務を推進する。</p> <p>②国際会議の開催支援業務</p> <p>誘致が決定した国際会議の開催を円滑に進めるため、ノウハウ事例の提供、人材育成、寄附金募集・交付金交付制度の運営等の事業を実施する。</p> <p>数値目標 海外の国際会議・インセンティブ旅行主催者等と、機構、国内の地方公共団体及び民間事業者等との商談件数を1,700件以上とする。</p> <p>商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p>		<p>が決定した国際会議の例：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国際小児がん学会 2018年に京都で開催予定。参加者数2,500人規模（うち外国人1,500人） ・世界博物館大会 2019年に京都で開催予定。参加者数2,500人規模（うち外国人2,000人） ・国際義肢装具協会世界大会 2019年に神戸で開催予定。参加者5,000人規模（うち外国人3,000人） ・国際リハビリテーション医学会 2019年に神戸で開催予定。参加者数7,000人規模（うち外国人3,000人） ・ロボカップ国際シンポジウム 2017年名古屋で開催予定。参加者数4,000人規模（うち外国人1,500人） ・国際影響評価学会 2016年に名古屋で開催。参加者数1,000人規模（うち外国人700人） ・電磁波工学研究の進歩に関する国際会議 2018年に富山で開催予定。参加者数1,200人規模 ・国際行動神経科学学会 2017年に広島で開催予定。参加者数300人規模 <p>【訪日インセンティブ旅行の誘致拡大】 以下の商談会・セミナーを開催すること等を通じて、訪日インセンティブ旅行の誘致拡大を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・台湾インセンティブセミナー（台北、台中、高雄 7月） ・東南アジアインセンティブセミナー（ジャカルタ、シンガポール、クアラルンプール 6月～7月） ・ソウル・釜山インセンティブマート（ソウル、 	<p>セミナーを韓国で開催した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アジア諸国を中心とする海外競合国・地域との誘致競争が激しさを増す中、2015年の日本における国際会議開催件数は過去最多の355件となり、アジア・オセアニア・中東地域で4年連続1位、世界総合ランキング第7位の堅持に貢献し、日本の学術・産業界に重要な大型国際会議等の誘致に成功しているほか、地域の特性・収容規模を生かした国際会議の誘致に成功している等、地方創生の取組においても実績を上げている質的成果を踏まえ、自己評価評価はSとする。 <p>【課題と対応】 MICEマーケティングの高度化を通じて新規案件の発掘等に取り組み、地域の特性や受入・収容規模を活かした国際会議の誘致支援を強化する等、ナショナルコンベンションビューローとして、マッチング機能を発揮していく。</p>	
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

			<p>釜山 11月)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大型インセンティブセミナー (ソウル 3月) <p><新規></p> <ul style="list-style-type: none"> ・バンコク・インセンティブセミナー (バンコク 2月) <p>【人材育成】 以下の取組を通じて MICE 産業を支える人材育成を行った。</p> <p>① MICE セミナー 初級者対象 (5月、参加者数 62人)</p> <p>② MICE セミナー 中級者対象 (2月、参加者数 23人)</p> <p>【寄附金募集・交付金交付制度の運営】 ・誘致が決定した国際会議の開催を支援するため、寄附金募集・交付金交付制度を運営した。平成 27 年度に寄附金募集の協力が決まった国際会議は 3 件、交付金を交付した国際会議は 7 件 (交付額 54 百万円) となった。</p> <p><数値目標の達成状況> 【商談件数】 国際会議・インセンティブ旅行主催者等と、機構、国内の地方公共団体及び民間事業者等との商談件数は 3,471 件となり、目標の 1,700 件の 2 倍以上、上回った。(数値目標達成率 204.2%) 商談件数が大幅に増えた要因としては、機構が訪日プロモーション事業の実施主体となったことにより、より幅広い事業パートナーに対して積極的に MICE 関連見本市・商談会への参加募集を行った結果、参加団体数が増え、複数の主要商談会の規模を拡大してオールジャパンで商談を行った</p>	
--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

				<p>こと等があげられる。</p> <p>【商談参加者評価】 商談参加者に対する調査では、4段階評価のうち上位2つの評価を得た割合は91.6%と、目標の7割を大幅に上回り、非常に高い満足度が得られた。(数値目標達成率130.9%)</p>		
--	--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

4. その他参考情報						
<p>(※) 平成27年3月に、今期中期目標及び中期計画(対象:平成25年度~29年度の5年間)ならびに平成26年度計画の変更があり、数値目標が変更となった。 変更前の中期計画における数値目標は、「中期目標期間中に、機構が誘致に成功した国際会議及びインセンティブ旅行への外国人参加者予定数を年間10万2千人にする。」であった。</p>						

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
2-1	組織運営の効率化		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」(平成25年12月24日閣議決定)、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」(平成26年6月17日観光立国推進閣僚会議決定)及び『日本再興戦略』改訂2014」(平成26年6月24日閣議決定)を踏まえ、訪日プロモーション事業の実施に当たり、海外事務所において市場のニーズに即応した迅速な意思決定を行えるよう、経営資源と権限の海外シフトを進める。このため、予算や人員等の経営資源を海外事務所に重点的に配分するとともに、海外事務所長の判断により、柔軟な執行ができる仕組みを構築する。あわせて、海外事務所の組織体制を整備	「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」(平成25年12月24日閣議決定)、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」(平成26年6月17日観光立国推進閣僚会議決定)及び『日本再興戦略』改訂2014」(平成26年6月24日閣議決定)を踏まえ、訪日プロモーション事業の実施に当たり、海外事務所において市場のニーズに即応した迅速な意思決定を行えるよう、経営資源と権限の海外シフトを進める。このため、予算や人員等の経営資源を海外事務所に重点的に配分するとともに、海外事務所長の判断により、柔軟な執行ができる仕組みを構築する。また、「独立行政法	「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」(平成25年12月24日閣議決定)、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」(平成26年6月17日観光立国推進閣僚会議決定)及び『日本再興戦略』改訂2014」(平成26年6月24日閣議決定)を踏まえ、訪日プロモーション事業の実施に当たり、海外事務所において市場のニーズに即応した迅速な意思決定を行えるよう、経営資源と権限の海外シフトを進める。このため、予算や人員等の経営資源を海外事務所に重点的に配分するとともに、海外事務所長の判断により、柔軟な執行ができる仕組みを構築する。本部組織について	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 訪日プロモーション事業の実施に当たり、海外事務所において市場のニーズに即応した迅速な意思決定を行えるよう、予算や人員等の経営資源の重点的な配分を進めているか。 予算の適切な執行と契約に係る適正性等を確保するため、本部事務所及び海外事務所について、必要な機能強化を図っているか。</p>	<p><主要な業務実績> 【組織運営の効率化】 ・訪日プロモーション事業の執行機関化に伴い、監査室新設を含む本部組織再編を実施 <新規> 再編後の本部組織体制：監査室、経営管理部、インバウンド戦略部、海外プロモーション部、コンベンション誘致部</p> <p>・海外事務所における訪日プロモーション事業の調達（契約責任者は海外事務所長）を実施 <新規> 訪日プロモーション事業費の18.6%を海外事務所で執行</p> <p>・訪日プロモーション事業の適切な執行を図るため、本部及び海外事務所の機能強化を実施</p> <p>平成27年度末の常勤職員数：国内67人、海外39人（平成26年度末は</p>	<p><評定と根拠> 評定：B</p> <p>・訪日プロモーション事業の執行機関としての業務体制を整備するため、監査室の新設を含む本部組織の再編を行い、海外事務所の体制整備も見据えた新卒採用及び中途採用を実施した。また、全海外事務所の現地職員を増員する等、必要な機能強化を図った。</p> <p>・訪日プロモーション事業の予算を海外事務所に配賦し、海外事務所の権限で企画競争を実施する等、各市場において現地目線で訪日プロモーション事業を企画・実施した。</p> <p>・平成25年12月の閣議決定により、機構が訪日プロモーション事業の実施主体となる政府方針が示されてから、海外契約を含めた契約手続きのマニュアル整備・改定に加え、事業執行管理のための人員体制の強化や本部組織の再編を行い、訪日プロモーション事業の執行機関として本格的に</p>	評定	

<p>するため、民間からの出向者、中途採用者及び現地採用職員の積極的な活用を図る。</p> <p>職員の意欲向上を図り、組織を活性化させるため、能力と実績に基づく人事評価を行い、これに応じた処遇を行うとともに、能力の啓発に努める。特にプロパー職員については、観光宣伝業務に関するノウハウを着実に蓄積し、機構の中核として担うべき役割を的確に果たすことができるよう、その育成に努める。</p> <p>海外事務所については、それに係る成果指標に基づき毎年度厳格に評価を行い、国のインバウンド政策及び市場の動向も踏まえつつ、事務所数や配置の適正性、予算や人員等の経営資源の配分等について不断の見直しを行う。</p>	<p>人改革等に関する基本的な方針」（平成25年12月24日閣議決定）に基づき、予算の適切な執行と契約に係る適正性等を確保するため、本部事務所及び海外事務所について、必要な機能強化を図る。</p> <p>海外事務所については、活動内容の実績や市場の将来性等について毎年度厳格に評価を行い、国のインバウンド政策及び市場の動向も踏まえつつ、事務所数や配置の適正性、予算や人員等の経営資源の配分等について不断の見直しを行う。</p>	<p>は、「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」（平成25年12月24日閣議決定）に基づき、予算の適切な執行と契約に係る適正性等を確保するため、本部事務所及び海外事務所について、必要な機能強化を図る。</p> <p>海外事務所については、活動内容の実績や市場の将来性等について毎年度厳格に評価を行い、国のインバウンド政策及び市場の動向も踏まえつつ、予算や人員等の経営資源の配分等について不断の見直しを行う。</p>		<p>国内 55 人、海外 38 人)</p> <p>海外事務所の体制整備も視野に入れた新卒及び中途採用を実施 新卒 6 人、中途採用 8 人（平成 27 年度中に勤務を開始）</p> <p>全海外事務所（1 事務所を除く 13 事務所）において、現地職員を増員＜新規＞ （1 事務所は、前年度に前倒しで増員）</p> <p>・新たな経営理念及び行動指針推進の取組 ＜新規＞ 経営理念推進プロジェクトチームを設置 経営理念の認知浸透と行動指針の実践を促進する各種取組を実施</p> <p>・海外事務所評価の実施 海外事務所評価を実施し、各海外事務所のパフォーマンスを定量的・定性的に把握することにより、予算や人員等の経営資源の配分等について見直しを行った。</p>	<p>実働した初年度であり、自己評価評定はBとする。</p> <p>【課題と対応】 訪日プロモーション事業の着実な執行を継続するため、予算や人員等の経営資源の海外シフトを含めた組織運営について不断の見直しを行い、必要な機能強化を図る。</p>	
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

<p>4. その他参考情報</p>
<p></p>

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
2-2	業務運営の効率化		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報
効率化対象経費の効率化	毎年度平均で 1.25%以上	—	1.88%	4.06%	9.87%			

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
<p>①効率化目標の設定等</p> <p>運営費交付金を充当して行う業務については、今中期目標期間中、一般管理費（人件費、公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）及び業務経費（公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）の合計について、毎年度平均で前年度比 1.25%以上の効率化を行うものとする（ただし、新規に追加される業務、拡充業務は対象外）。</p> <p>給与水準については、国家公務員の給与水準も十分考慮し、手当を含め役員給与の在り方について検</p>	<p>①効率化目標の設定等</p> <p>一般競争入札等の活用、業務執行方法の改善等を通じて、一般管理費の更なる削減と業務運営の効率化に努める。</p> <p>運営費交付金を充当して行う業務については、今中期目標期間中、一般管理費（人件費、公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）及び業務経費（公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）の合計について、毎年度平均で前年度比 1.25%以上の効率化を行う（ただし、新規に追加される業務、拡充業務は対象</p>	<p>①効率化目標の設定等</p> <p>一般競争入札等の活用、業務執行方法の改善等を通じて、一般管理費の更なる削減と業務運営の効率化に努める。</p> <p>運営費交付金を充当して行う業務については、今中期目標期間中、一般管理費（人件費、公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）及び業務経費（公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）の合計について、毎年度平均で前年度比 1.25%以上の効率化を行う（ただし、新規に追加される業務、拡充業務は対象</p>	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 運営費交付金を充当して行う業務については、一般管理費及び業務経費のうち効率化対象の合計について、毎年度平均で前年度比 1.25%以上の効率化を行っているか。 公正性・透明性を確保しつつ、自律的かつ継続的に調達等の合理化に取り組み、業務運営の効率化を図っているか。</p>	<p><主要な業務実績> ①効率化目標の設定等 訪日プロモーション事業の執行機関化により、業務量が増加する中、一般競争入札等の活用、業務執行方法の改善等を通じて、一般管理費（※1）及び業務経費（※2）の合計は、平成 24 年度に対して 29.62%の減（54 百万円）となり、中期計画で定める毎年度平均の効率化比率は、9.87%の減となった。</p> <p>（※1）人件費、公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。 （※2）公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。</p>	<p><評価と根拠> 評価：B</p> <p>効率化対象経費については、一般競争入札の活用、調達等合理化の取組等を通じて、中期計画で定める毎年度平均の効率化比率は、9.87%の減となり、目標である 1.25%を上回る効率化を行った。</p> <p>・調達等合理化の取組にあたっては、「独立行政法人における調達等合理化の取組の推進について」（平成 27 年 5 月 25 日総務大臣決定）を踏まえ、新たに平成 27 年度調達等合理化計画を策定し、計画に基づいた取組を行った。</p> <p>・平成 27 年度調達等合理化計画を踏まえた取組内容及び効果を検証した結果、公正性・透明性を確保しつつ調達の合理化に寄与するものとなったことから、その</p>	評価	

<p>証した上で、その適正化に取り組むとともに、その検証結果や取組状況を公表するものとする。</p> <p>また、総人件費については、政府における総人件費削減の取り組みを踏まえ、厳しく見直すものとする。</p> <p>②調達等合理化の取組</p> <p>「独立行政法人における調達等合理化の取組の推進について」(平成 27 年 5 月 25 日総務大臣決定)に基づく取組を着実に実施し、公正性・透明性を確保しつつ、自律的かつ継続的に調達等の合理化に取り組む。</p>	<p>外)。</p> <p>②調達等合理化の取組</p> <p>「独立行政法人における調達等合理化の取組の推進について」(平成 27 年 5 月 25 日総務大臣決定)に基づく取組を着実に実施し、公正性・透明性を確保しつつ、自律的かつ継続的に調達等の合理化に取り組む。</p>	<p>外)。</p> <p>②調達等合理化の取組</p> <p>「独立行政法人における調達等合理化の取組の推進について」(平成 27 年 5 月 25 日総務大臣決定)を踏まえ、公正性・透明性を確保しつつ、自律的かつ継続的に調達等の合理化に取り組むため、毎年度、「調達等合理化計画」を策定したうえで、実施及び評価を行い、次年度の調達等合理化計画への反映を行う。なお、計画の策定及び自己評価にあたっては、契約監視委員会による点検を受けるものとする。</p>		<p>②調達等合理化の取組</p> <p>「平成 27 年度調達等合理化計画」について、外部有識者及び監事から構成される契約監視委員会の点検を受け、7月に策定し、ホームページで公表した。</p> <p>【調達等合理化計画における重点的な取組分野と取組結果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・物品等調達におけるオープンカウンター方式の導入 オープンカウンター方式の調達を 36 件実施し、見積書を聴取する事務の効率化を図った。 ・企画競争の一者応募の見直し 企画競争 67 件中、23 件が一者応募。企画競争説明書を受け取りながら、応募しなかった者にアンケート調査を実施したところ、理由の半数が自社の都合及び自社では履行困難等、主に事業者側の理由によるものであった。他方、企画提案書の提出期限に余裕がなかったとの意見もあったことから、機構における審査の迅速化に取り組むこととした。 ・障害者就労施設等への優先調達 障害者就労施設等からの調達は、5 件(8 万円)となった。 <p>【調達等合理化計画における調達に関するガバナンスの徹底】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・競争性のない随意契約を新たに締結した案件について、随意契約によることができる事由の整合性や、より競争性のある調達手続きの可否の確認の観点から監査 	<p>目的を達成したと認められた。調達等合理化計画の取組に関する上記自己評価については、平成 28 年 6 月に契約等監視委員会による点検を受けた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・以上のことから、業務運営の効率化にあたり、目標の水準を十分満たしており、自己評価評定は B とする。 <p>【課題と対応】</p> <p>引き続き効率化対象経費の効率化目標の達成に取り組む。</p> <p>調達等の合理化については、引き続き P D C A サイクルにより、自律的かつ継続的に取り組む。平成 27 年度の検証により明らかとなった課題(企画競争の要件審査の迅速化、職員研修の実施等)は、平成 28 年度の調達等合理化計画に反映させ、改善に向けて取り組んでいく。</p>	
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

				<p>室による独立した立場からの点検を 27 件実施した。</p> <p>・訪日プロモーション事業の一層の複雑化、専門家する調達業務に対応するため、本部職員を対象とした研修を実施するとともに、会計規程、達、通達及びマニュアルの再整備を行った。海外事務所監査を活用し、海外事務所職員へ調達業務に係る指導や情報交換を行った。</p> <p>平成 27 年度調達等合理化計画に関する上記取組内容及び効果を検証した結果、公正性・透明性を確保しつつ、調達の合理化に寄与するものとなったことから、その目的を達したと認められる。</p>		
--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

4. その他参考情報

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
2-3	関係機関との連携強化		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
オールジャパンによる訪日プロモーションを実施するため、在外公館をはじめとする関係省庁・政府関係法人、インバウンドへの取組を強化する地方公共団体、日本ブランドを海外展開する経済界との連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制を構築する。	オールジャパンによる訪日プロモーションを実施するため、在外公館をはじめとする関係省庁・政府関係法人、インバウンドへの取組を強化する地方公共団体、日本ブランドを海外展開する経済界との連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制を構築する。	オールジャパンによる訪日プロモーションを実施するため、在外公館をはじめとする関係省庁・政府関係法人、インバウンドへの取組を強化する地方公共団体、日本ブランドを海外展開する経済界との連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制を構築する。 「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」を踏まえ、国際協力機構、国際交流基金及び日本貿易振興機構の海外事務所と、事業の連携強化等を図るため、海外事務所の共用化又は近接化を進める。また、本部事務所については、国際交流基金との事業の連携強化等を図るべく、本部事務所を共用化することを目	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 在外公館をはじめとする関係省庁・政府関係法人、地方公共団体、経済界との連携を強化しているか。 国際協力機構、国際交流基金及び日本貿易振興機構の海外事務所と、海外事務所の共用化又は近接化を実現しているか。本部事務所については、工程表に基づき、国際交流基金との共用化に向けた準備を適切に行っているか。</p>	<p><主要な業務実績> 以下の取組を通じて在外公館を始めとする関係省庁・政府関係法人、地方公共団体、経済界との連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制の構築を図った。 【在外公館等との連携】 在外公館、関係省庁、海外現地の関係機関、自治体、経済団体、海外進出企業等が、海外においてオールジャパン体制で連携し、外国人観光客の誘致を図る在外公館等連携事業を 26 件実施した。 在外公館等連携事業の例： ・自治体の交流 35 周年事業への観光ブース出展（中国・瀋陽、11 月） 在瀋陽日本国総領事館等と連携 ・日本祭り参加、現地旅</p>	<p><評定と根拠> 評定：B ・在外公館・他国政府観光局・民間事業者等との連携事業を積極的に推進し、民間の持つブランド力やノウハウ・ネットワークを活用した費用対効果の高い共同プロモーションや PR 事業を実施し、日本ブランドの確立と訪日旅行の PR に貢献した。 ・在外公館等との連携事業を 26 件実施したほか、官民連携事業については、事業アイデアを公募して、144 件の応募の中から、9 件のアイデアを事業化し、実施した。 ・平成 28 年が日星外交関係樹立 50 周年にあたることを記念し、平成 28 年 1 月にシンガポール政府観光局との協力覚書を締結し、平成 28 年を通じた双方向共同キャンペーンを実施する。</p>	評定	

			<p>標とし、工程表に基づいて適切な準備を行う。</p>		<p>行会社招請（ブラジル・サンパウロ及び日本各地、7月） 在ブラジル日本国大使館等と連携 ・リスボン国際観光フェア出展（ポルトガル・リスボン、3月） 在ポルトガル日本国大使館等と連携</p> <p>【官民連携】 民間企業や団体等が有する海外ネットワーク、ブランド力、ノウハウ等を活用する事業アイデアを公募し、144件の応募の中から、9件のアイデアを官民連携事業として事業化し、実施した。</p> <p>官民連携事業の例： ・海外の和食レストランネットワークを活用した訪日旅行促進事業 対象市場： 中国、台湾、シンガポール、実施時期： 10月～3月、(株)ぐるなび等と連携</p> <p>【他国政府観光局との連携】 ・シンガポール政府観光局との協力覚書締結<新規> 平成 28 年が日本・シンガポール外交関係樹立 50 周年にあたることを記念し、平成 28 年 1 月にシンガポール政府観光局と機構が協力覚書を締結し、共通の S J 50 ツーリズムロゴを活用しながら、航空会社との共同キャンペーン等を実施した。</p> <p>・英国政府観光庁やフランス観光開発機構とも、それぞれ相互協力に関する覚書（英国政府観光庁と平成 26 年 9 月締結）、日仏間観光協力に関する共同声明（フランス観光開発機構、観光庁と平成 25 年 6 月締結）</p>	<p>・国内においても、関係省庁、地方公共団体、観光関連団体等の主催する会議、セミナー等に役職員を講師として積極的に派遣し、講師派遣件数は前年度の 98 件から、138 件（前年比 40.8% 増）へと大きく増加したほか、省庁・自治体・民間企業が主催する観光関係の委員会等に役職員が委員等として就任し、協力・アドバイス等を行った。</p> <p>・「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」（平成 25 年 12 月 24 日閣議決定）を踏まえ、各海外事務所において、国際協力機構、国際交流基金、日本貿易振興機構の海外事務所と相互連携を行った。また、国際交流基金と機構の本部事務所共用化に関し、平成 26 年 8 月に作成した工程表に基づき、平成 28 年度末を目途とした共用化に向け、準備を進めた。</p> <p>・以上のことから、関係機関との連携強化について着実な取組状況にあり、目標水準を十分満たしているものと認められることから、自己評価評価は B とする。</p> <p>【課題と対応】 オールジャパン体制でインバウンドを促進できるよう、さらなる連携強化・拡大に取り組む。</p>	
--	--	--	------------------------------	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

				<p>に基づき、協議会やセミナー等の場を通じて、政府観光局としての経験やノウハウ共有を実施した。</p> <p>【関係省庁、地方公共団体、観光関連団体等への講演協力】 関係省庁、地方公共団体、観光関連団体等の主催する会議、セミナー等に役職員を講師として派遣することを通じて、日本国内の関係者との連携を図った。積極的に講師派遣に取り組んだ結果、講師派遣件数は前年度の 98 件から、138 件（前年比 40.8%増）へと大きく増加した。</p> <p>【国際協力機構、国際交流基金、日本貿易振興機構の海外事務所との連携強化および施設の共用化】 ・「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」（平成 25 年 12 月 24 日閣議決定）を踏まえ、平成 27 年 6 月に機構の北京事務所が国際協力機構の北京事務所と同一ビル内、同フロアに移転した。</p> <p>・国際交流基金と機構の本部事務所共用化に関し、平成 26 年 8 月に作成した工程表に基づき、国際交流基金が入居するビルへ機構が平成 28 年度末を目途に移転することによる共用化の準備を実施した。</p>	
--	--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

4. その他参考情報

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
2-4	内部統制の充実		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
<p>内部統制については、内部規程の整備、業務運営方針や組織・業務目標の明確化を行い、役職員による共有を図るとともに、定期的に業務実績や課題を整理し、外部有識者の意見も踏まえ、改善を行う。</p> <p>法令等について、職員等に対する周知を行い、機構全体の職員のコンプライアンスの更なる徹底を図る。特に、訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業の実施に当たっては、広く機会の平等を担保するとともに、特定の企業への利益誘導にならないよう留意する。また、内部監査を行い、監査結果に基づくフォローアップを適切に行う。</p> <p>「国民を守る情報セキュリティ戦略」等の政府方針を踏まえ、適切な情報セキュリ</p>	<p>内部統制については、内部規程の整備、業務運営方針や組織・業務目標の明確化を行い、役職員による共有を図るとともに、定期的に業務実績や課題を整理し、外部有識者の意見も踏まえ、改善を行う。</p> <p>法令等について、職員等に対する周知を行い、機構全体の職員のコンプライアンスの更なる徹底を図る。特に、訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業の実施に当たっては、広く機会の平等を担保するとともに、特定の企業への利益誘導にならないよう留意する。また、内部監査を行い、監査結果に基づくフォローアップを適切に行う。</p> <p>「国民を守る情報</p>	<p>内部統制については、内部規程の整備、業務運営方針や組織・業務目標の明確化を行い、役職員による共有を図るとともに、定期的に業務実績や課題を整理し、改善を行う。また、外部有識者の意見を組織運営の改善に適切に反映させるための機会を設ける。</p> <p>法令等について、職員等に対する周知を行い、機構全体の職員のコンプライアンスの更なる徹底を図る。特に、訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業の実施に当たっては、広く機会の平等を担保するとともに、特定の企業への利益誘導にならないよう留意する。また、内部監査を行い、監査結果に基づくフォローアップを適切に行う。</p> <p>「国民を守る情報</p>	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 法令に対応した内部規程の整備や業務運営方針の明確化を行い、役職員への周知及びコンプライアンスの徹底を図っているか。 情報セキュリティ対策を着実に推進しているか。</p>	<p><主要な業務実績> 独法通則法の改正、及び平成 27 年から訪日プロモーション事業の実施主体となったことを踏まえ、内部統制に必要な以下の取組を実施した。</p> <p>【内部規定等の整備・周知、研修】 ・独立行政法人通則法の改正（平成 26 年 6 月改正、平成 27 年 4 月施行）に対応し、業務方法書の改正を行うとともに、内部統制の推進に関する規程、内部監査規程、情報セキュリティの確保に関する規程等を新たに施行し、役職員に周知した。</p> <p>・コンプライアンスの遵守については、就業規則に明確に規定するとともに、内部統制の推進に関する規程にコンプライアンス違反事案発生時の報告と対応につい</p>	<p><評定と根拠> 評定：B</p> <p>・業務方法書の改正を行うとともに、内部統制の推進に関する規程、内部監査規程、情報セキュリティの確保に関する規程等を新たに施行し、役職員に周知した。</p> <p>・法令、規程等については、制定・改正の都度、全役職員（海外事務所を含む）にメールで周知しているほか、海外事務所を含む役職員全員が常に閲覧・参照が可能な環境を整備している。</p> <p>本部及び海外事務所の職員を対象としたコンプライアンス研修を実施し、コンプライアンスに対する意識の徹底を図った。</p> <p>・新たな経営理念・行動指針について、プロジェクトチームを立ち上げ、認知浸透と実践の取組を行った。年度計画を踏まえた各部の</p>	評定	

<p>ティ対策を推進する。</p>	<p>ティ対策を推進する。</p>	<p>セキュリティ戦略」等の政府方針を踏まえ、適切な情報セキュリティ対策を推進する。</p>		<p>て規定したほか、本部及び海外事務所の職員を対象としたオンラインのコンプライアンス研修を実施した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・法令、規程等については、制定・改正の都度、全役職員（海外事務所を含む）にメールで周知しているほか、海外事務所を含む役職員全員が常に閲覧・参照が可能な環境を整備している。 <p>【内部統制委員会の開催】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業務方法書及び内部統制の推進に関する規程に基づき、内部統制委員会を2月に開催し、各部門のリスクの認知と分析結果について審議し、リスクの評価と軽減に向けた必要な取組を検証した。 <p>【経営理念、業務運営方針等の明確化】</p> <p>新たな経営理念及び行動指針について、経営理念推進プロジェクトチームを立ち上げ、経営理念推進取組計画を策定し、計画に基づいて経営理念の認知浸透と行動指針の実践を促進する取組を行った。</p> <p>年度計画を踏まえ、各々が果たすべき役割を定めた業務運営方針を策定し、役職員に周知し、明確化を図った。年度計画の実施状況を4半期ごとに集約し、部長会・理事会で報告し、役職員へ共有を図るとともに、年度計画達成のために必要な対策を講じた。</p> <p>【外部有識者会議の開催】</p> <p>外部有識者により構成される経営アドバイザリー委員会を新たに設置し、第1回経営アド</p>	<p>業務運営方針を策定するとともに、四半期ごとに年度計画の実施状況を共有し、必要な改善に取り組んだ。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・監事監査及び内部監査を実施し、指摘事項を踏まえ業務の改善に取り組んだ。新設した監査室が監事監査を補佐するとともに、独立した立場から内部監査を実施した。 ・内部統制委員会を開催し、各部門のリスクの認知と分析結果について審議し、リスクの評価と軽減に向けた取組を検証した。 ・新たに外部有識者会議を立ち上げ、内部統制を含む、組織運営に関する専門的・実務的なアドバイスを受け、その内容を業務に反映することとした。 ・情報セキュリティに関し、研修や情報システム部門からの周知メール等を通じて役職員への注意喚起を促したほか、ネットワーク等における情報セキュリティ対策を実施した。平成27年度は新たに情報セキュリティ対策チームを設置し、情報セキュリティ事案への対応にかかる体制を強化した。 ・以上のことから、内部統制の充実に関して着実な取組を行っており、目標水準を十分満たしているとみられることから、自己評価評定はBとする。 <p>【課題と対応】</p> <p>引き続き内部統制の徹底を図る。</p>	
-------------------	-------------------	------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

				<p>バイザリー委員会を3月に開催した。内部統制を含む、組織運営に関する専門的・実務的なアドバイスを受け、その内容を業務に反映していくこととした。</p> <p>【訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業実施に当たっての留意】 訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業の実施に当たっては、広く機会の平等を担保するとともに、特定の企業への利益誘導にならないよう留意することを含めた訪日旅行促進事業実施要領を策定した。</p> <p>【監事監査】 平成27年度に新設した監査室の専従職員が監査補助者として監査に加わり、以下の監事監査業務の強化を図った。 ・決算監査 ・海外事務所現地監査（北京、上海、バンコク、ジャカルタ、香港、シドニーの6事務所） ・保有個人情報の管理に関する監査</p> <p>【内部監査】 平成27年度に新設した監査室の専従職員が独立した立場で以下の監査を実施し、監査結果に基づくフォローアップを行った。 ・本部監査 ・海外事務所現地監査（ソウル、シンガポール、ロンドン、フランクフルトの4事務所）</p> <p>上記両監査における指摘事項を踏まえ、業務改善に取り組んだ。</p> <p>【情報セキュリティ対策の推進】 「国民を守る情報セキュリティ戦略」（平成22年5月11日情報セキュ</p>	
--	--	--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

				<p>リティ政策会議決定)等の政府方針を踏まえ、研修や情報システム部門からの周知メール等を通じて役職員への注意喚起を促したほか、ネットワーク等における情報セキュリティ対策を実施した。平成27年度は新たに情報セキュリティ対策チームを設置し、情報セキュリティ事案への対応にかかる体制を強化した。</p>		
--	--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

4. その他参考情報

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
2-5	戦略的な情報発信		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評定	
国民への説明責任の徹底及び各事業の必要性・効率性等の評価に資する観点から、マーケティング情報や事業・活動の成果物等の公表の充実を図るとともに、保有資料・データの公開やホームページの内容の充実を図ること等により、情報発信を積極的に推進する。	機構の取組や業務成果を幅広く発信し、各事業の必要性・効率性等の評価に資するため、市場別プロモーション方針・事業計画概要、事業・活動の成果物等の公表の充実を図るとともに、統計・マーケティングデータ等保有資料・データの公開やウェブサイトの内容の充実を図ること等により、情報公開・発信を積極的に推進する。	機構の取組や業務成果を幅広く発信し、各事業の必要性・効率性等の評価に資するため、市場別プロモーション方針・事業計画概要、事業・活動の成果物等の公表の充実を図るとともに、統計・マーケティングデータ等保有資料・データの公開やウェブサイトの内容の充実を図ること等により、情報公開・発信を積極的に推進する。	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 機構の取組や業務成果を幅広く発信し、統計・マーケティングデータ等保有資料・データの公開やウェブサイトの内容の充実を図ること等により、情報公開・発信を積極的に推進しているか。</p>	<p><主要な業務実績> 情報公開・発信の積極的な推進のため、以下の取組を行った。</p> <p>【機構の取組、業務成果の公開（ウェブサイト）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市場別プロモーション方針・事業計画概要 ・業務実績報告書 <p>【統計・マーケティング情報等保有資料・データの公開】（再掲）（ウェブサイト）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・月別訪日外国人旅行者数等の統計発表（毎月） ・市場別動向及び注目トピックス（毎月） ・「訪日旅行データハンドブック 2015」（平成 27 年 9 月） <新規> （出版物） ・「日本の国際観光統計 2014」発行（平成 27 年 9 月） ・「JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック 2016（アジア 6 市場編）」発行 	<p><評定と根拠> 評定：A</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ウェブサイトにおける統計、マーケティングデータを活用したトピックス等の随時の更新と新規情報・資料の掲載に努めた結果、機構の日本語ウェブサイトのアクセス数は 2,235 万ページビューとなり、前年比 34.9%増加し、情報発信の強化が図られた。 ・国内広報の取組を強化し、年間 71 件（前年比 39.2%増）の報道発表を行ったほか、積極的に取材等に対応した結果、機構関連記事・番組が過去最多の年間 3,174 件（前年比 45.5%増）掲載・報道され、機構のプレゼンス向上につながった。 ・平成 27 年度は新たに広く一般を対象としたインバウンドシンポジウムを年 2 回開催し、それぞれ 800 人以上の参加者に対して、イン 		

				<p>(平成 28 年 3 月)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「訪日旅行データハンドブック 2015 (世界主要 20 市場)」発行 (平成 27 年 9 月) <新規> ・「国際会議統計 2014」発行 (平成 28 年 2 月) <p>【ウェブサイトの充実】 ウェブサイト内の「最新情報」、「報道発表」、「統計発表」、「JNTO 事業パートナーからのニュース」、「マーケティングデータ」、「トピックス」等を随時更新し、新規情報・資料を掲載した。平成 27 年度における機構の日本語ウェブサイトのアクセス数は 2,235 万ページビューとなり、前年比で 34.9%増加した。</p> <p>【国内広報の取組】 機構の業務に対する国民の認識・理解を高めるため、国内広報に重点的に取り組み、報道資料の発表に加え、テレビ・一般紙・旅行業界紙誌のインタビューへの対応、最新のマーケット動向や機構の活動状況について役職員の寄稿等を行った。</p> <p>報道発表件数: 71 件 (前年度 51 件、前年比 39.2%増)</p> <p>成果記事掲載数: 3,174 件 (前年度 2,181 件、前年比 45.5%増)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インバウンドシンポジウムの開催 <新規> 平成 27 年度は、新たに事業パートナー及び広く一般を対象とした、インバウンドシンポジウムを 9 月と 1 月に開催した。シンポジウムでは、外国人有識者による講演、インバウンドに取り組む各地域・企業の事例発表、パネルディスカッション等を行い、イン 	<p>バウンドに関する情報発信を行った。シンポジウムでは、外国人有識者による講演、インバウンドに取り組む地域・企業の事例発表、パネルディスカッション等を通じて、インバウンドビジネスの活性化及び参入する国内業種の裾野の拡大に資する情報発信を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・以上のことから、戦略的な情報発信において定性的、定量的にも大きな成果が得られていることから、自己評価評価はAとする。 <p>【課題と対応】 訪日プロモーション事業の実施を通じて得られるノウハウ、成果、マーケティング情報等を引き続き積極的に公表する。</p>	
--	--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

				<p>バウンドビジネスの活性化及び参入する国内業種の裾野の拡大に資する情報発信を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「観光立国シンポジウム」(平成 27 年 9 月、東京) 参加者 857 名 ・「インバウンドシンポジウム～観光ビジネス立国の条件」(平成 28 年 1 月、東京) 参加者 850 名 		
--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

4. その他参考情報

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
3-1	自己収入の確保		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
<p>事業パートナーに対する質の高いサービスの提供や連携の拡大、新たな事業パートナーの開拓等により、自己収入の拡大に向けた取組を行う。</p> <p>毎年の運営費交付金額の算定については、運営費交付金債務残高の発生状況にも留意した上で、厳格に行う。</p>	<p>海外事務所を活用した市場動向の情報提供、個別相談会の開催等事業パートナー等を対象とする事業等の強化・拡大やビジット・ジャパン事業の実施に当たっての支援、国際会議の誘致・開催の支援等を通じて、事業パートナーとの連携を強化し、顧客満足度を高めることにより、地方自治体、民間事業者等からの賛助金・会費等の維持・増加に努めるとともに、賛助団体・会員等の増加による収入の増加を図る。また、機構のノウハウを活かした受託業務等にも積極的に取り組み、収入増を図る。</p>	<p>海外事務所を活用した市場動向の情報提供、インバウンド旅行振興フォーラムの開催等事業パートナー等を対象とする事業等の強化・拡大やビジット・ジャパン事業の実施に当たっての支援、国際会議の開催・誘致の支援等を通じて、事業パートナーとの連携を強化し、顧客満足度を高めることにより、地方自治体、民間事業者等からの賛助金・会費等の維持・増加に努めるとともに、賛助団体・会員等の増加による収入の増加を図る。また、機構のノウハウを活かした受託業務等にも積極的に取り組み、収入増を図る。</p>	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 事業パートナーとの連携を強化し、顧客満足度を高めることにより、地方自治体、民間事業者等からの賛助金・会費等の維持・増加に努め、賛助団体・会員等の増加による収入の増加を図っているか。 機構のノウハウを活かした受託業務等にも積極的に取り組み、収入増を図っているか。</p>	<p><主要な業務実績> 以下の取組等を通じて、自己収入拡大に努めた。</p> <p>【賛助団体・会員への取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本部・海外事務所を挙げて勧誘活動を行った結果、賛助団体として 49 団体、会員として 65 団体が新たに加入した。 ・他方、財政事情等の理由により、賛助団体 5 団体、会員 14 団体が退会した。 ・この結果、賛助団体 230 団体、会員 267 団体となり、前年度末に比べて賛助団体数は 44 団体、会員数は 51 団体増加した。賛助団体と会員の合計では、497 団体となり、過去最大数となった。 <p>賛助団体数 平成 26 年度末 186 団体 平成 27 年度末 230 団体 (前年比 23.7%増) 会員数 平成 26</p>	<p><評定と根拠> 評定：A</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業パートナーの顧客満足度を高め、各地の地方公共団体、観光業界以外の業種も含め、広く賛助団体・会員拡大による自己収入の確保を進め、賛助団体・会員数としては過去最大規模の 497 団体 (前年比 23.6%増) となり、賛助金・会費収入の拡大 (前年比 11.4%増) につながった。 ・その他の収益事業として、機構のウェブサイトを活用したウェブマガジン記事広告事業により、地方の観光魅力、民間企業の外国人観光客向けサービスや商品等を集めた情報発信を行い、65 百万円 (前年比 111.5%増) の収入をあげた。 ・また、機構のノウハウを活かした受託事業として、海外での観光セミナーの開催支援、旅行会社・メディ 	評定	

				<p>年度末 216 団体 平成 27 年度末 267 団体(前年比 23.6%増) 合計 平成 26 年度末 402 団体 平成 27 年度末 497 団体(前年比 23.6%増)</p> <p>・平成 27 年度の賛助金・会費収入は、2 億 83 百万円(前年比 29 百万円増、同 11.4%増)となった。</p> <p>・賛助団体・会員を主な対象として、インバウンド旅行振興フォーラムを 9 月と 1 月に開催した。インバウンド旅行振興フォーラムでは、セミナー形式で海外の主要訪日旅行市場の最新情報を提供したほか、機構の各海外事務所長等との事前アポイントメント制による個別相談の実施、賛助団体・会員相互の情報交換・交流を図る BtoB デスクの設置、会員主催ランチョンセミナーのプログラム化等を通じて、インバウンドビジネスの促進を図った。</p> <p>【ウェブを活用した収益事業の推進】 □JNTO ウェブサイトのマンスリーウェブマガジンへの有料記事広告掲載サービスにより、33 件(前年比 16 件増、同 94.1%増)の記事制作・掲載を行い、過去最高となる 65 百万円(前年比 34 百万円増、同 111.5%増)の収入をあげた。</p> <p>【機構のノウハウを生かした受託事業】 ・賛助団体・会員及びその他団体からの委託を受け、海外での観光セミナー開催支援や、海外の旅行会社・メディア招請支援を受託業務として実施した。平成 27 年度は、年間 34 件(前年比 5</p>	<p>ア招請支援、海外プロモーションに関する有料コンサルティング、外国人旅行者向け英文地図の有償販売等にも取り組み、自己収入の多様化及び拡大に努めた。</p> <p>・上記の取組等の結果、賛助金等収入及び事業収入の合計は、前年度を 2 割以上、上回る 6 億 52 百万円に達し(前年比 1 億 16 百万円増、同 21.7%増)、大幅な収入増を実現していることから、自己評価評価は A とする。</p> <p>【課題と対応】 引き続き自己収入の拡大に努める。</p>	
--	--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

				<p>件増)、合計 4.9 百万円の収入をあげた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・さらに海外プロモーションコンサルティング事業を受託し、1 件 2.5 百万円の収入をあげた。 ・民間事業者等からの需要が多い英文地図の有償提供、地域の外国語観光宣伝印刷物の受託制作に取り組み、印刷物有償提供により、8 百万円の収入をあげた。 <p>上記の取組等の結果、賛助金等収入及び事業収入として、6 億 52 百万円（前年比 1 億 16 百万円増、同 21.7%増）の収入をあげた。</p>		
--	--	--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

4. その他参考情報

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
3-2	短期借入金の限度額		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価								
	中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
					業務実績	自己評価	評価	
	—	予見し難い事故等の事由に限り、資金不足となる場合における短期借入金の限度額は、100百万円とする。	予見し難い事故等の事由に限り、資金不足となる場合における短期借入金の限度額は、100百万円とする。	<主な定量的指標> — <その他の指標> — <評価の視点> —	<主要な業務実績> 該当なし	<評定と根拠> 評定：— <課題と対応> —		

4. その他参考情報	

業務実績等報告書様式 1-1-4-2 中期目標管理法 年度評価 項目別評価調書（業務運営の効率化に関する事項、財務内容の改善に関する事項及びその他業務運営に関する重要事項）様式

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
3-3	重要な財産を譲渡し、又は担保にする計画		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
	中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価
					業務実績	自己評価	
	なし	なし	なし	<主な定量的指標> — <その他の指標> — <評価の視点> —	<主要な業務実績> 該当なし	<評定と根拠> 評定：— <課題と対応> —	評定

4. その他参考情報

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
3-4	剰余金の使途		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
なし	剰余金が発生した場合には、独立行政法人通則法(平成11年法律第103号)第44条第3項の規定による国土交通大臣の承認を受けて、海外からの訪日旅行の促進の効果が高く見込まれる海外宣伝事業費の使途に充てる。	剰余金が発生した場合には、独立行政法人通則法(平成11年法律第103号)第44条第3項の規定による国土交通大臣の承認を受けて、海外からの訪日旅行の促進の効果が高く見込まれる海外宣伝事業費の使途に充てる。	<主な定量的指標> — <その他の指標> — <評価の視点> —	<主要な業務実績> 該当なし	<評定と根拠> 評定：— <課題と対応> —		

4. その他参考情報

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
4-1	人事に関する計画		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
なし	<p>上記目標の達成に向けて、効率的かつ効果的な業務運営を行うための人材確保、人材育成を着実に実施する。</p> <p>プロパー職員を中核とした体制を構築するため、語学を始めとする専門能力をもった職員の採用・育成に努め、プロパー職員が機構の中核として担うべき役割を的確に果たすことのできる体制を構築する。また、プロパー職員の育成とあわせて外部からの有能な人材の登用を行う。</p> <p>職員個々の能力と実績に基づいた適切な人事評価を実施し、適材適所の人事配置を行う。現地採用職員についても、事務所所在国の人事・労務に係る法令・慣行に配慮しつつ、可能な限り人事評価を実施する。</p>	<p>上記目標の達成に向けて、効果的かつ効率的な業務運営を行うための人員体制を強化すべく、人材確保、人材育成を着実に実施する。</p> <p>プロパー職員を中核とした体制を構築するため、語学を始めとする専門能力をもった職員の採用・育成に努め、プロパー職員が機構の中核として担うべき役割を的確に果たすことのできる体制を構築する。また、プロパー職員の育成とあわせて外部からの有能な人材の登用を行う。</p> <p>職員個々の能力と実績に基づいた適切な人事評価を実施し、適材適所の人事配置を行う。現地採用職員についても、事務所所在国の人事・労務に係る法令・慣行に配慮しつつ、可能な限り人事</p>	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 効果的かつ効率的な業務運営を行うための人員体制を強化すべく、人材確保、人材育成を着実に実施しているか。 給与水準については、国家公務員の給与水準も考慮し、給与水準の適正化に取り組んでいるか。</p>	<p><主要な業務実績> 【効果的かつ効率的な業務運営を行うための人材確保】 プロパー職員を中核とした体制強化のため、国内外で各種事業・事務に従事する総合職職員として、平成 27 年度の新卒採用として 6 人を採用したほか、業務経験を有した者を中途採用し、うち 8 人が平成 27 年度中に勤務を開始する等、訪日プロモーション事業の執行機関の体制整備を行った。</p> <p>さらに、全海外事務所において現地職員を 1 名増員した（1 事務所は前年度に前倒しで増員）。</p> <p>【人事評価の実施と適材適所の人事配置】 全職員を対象とした人事評価制度により、能力評価及び業績評価を区分し、各職員の能力及</p>	<p><評定と根拠> 評定：B</p> <p>・訪日プロモーション事業の執行機関化に向け、効果的・効率的な業務運営を行うため、新卒採用者（6 人）及び中途採用者（8 人）が平成 27 年度中に勤務を開始したほか、全海外事務所において現地職員を増員するなど、人員体制の強化を図った。</p> <p>・プロパー職員を中核とした体制を構築するため、業務遂行に必要な知識・スキルを習得する機会を拡充すべく、目的・テーマ別研修等（奨学金を含む）を実施し、職員の能力開発・向上を図った。訪日プロモーション事業の執行機関として、契約事務手続き等の適正性を担保するため、内部監査研修、職種・職階別の会計研修、海外赴任者研修等を実施した。</p> <p>・全職員を対象とした人事</p>	評定	

	<p>本部採用職員に対しては、海外事務所勤務を含め様々な業務を経験できるようキャリア形成に配慮した人事異動を行い、OJTや内外の研修等も活用し、職員の意欲向上と能力開発を図る。また、現地採用職員に対しては、その能力・意欲に合わせた処遇の改善を行い、業務への取組意欲の向上を図るとともに、一層の活用を進める。</p> <p>給与水準については、国家公務員の給与水準も十分に考慮し、引き続き手当を含め役職員給与の在り方について検証した上で、これを維持する合理的理由がない場合には給与水準の適正化に取り組むとともに、その検証結果や取組状況を公表する。また、総人件費については、政府における総人件費削減の取組を踏まえ、厳しく見直す。</p>	<p>評価を実施する。</p> <p>本部採用職員に対しては、海外事務所勤務を含め様々な業務を経験できるようキャリア形成に配慮した人事異動を行い、OJTや内外の研修等も活用し、職員の意欲向上と能力開発を図る。また、現地採用職員に対しては、その能力・意欲に合わせた処遇の改善を行い、業務への取組意欲の向上を図るとともに、一層の活用を進める。</p> <p>給与水準については、国家公務員の給与水準も十分に考慮し、引き続き手当を含め役職員給与の在り方について検証した上で、これを維持する合理的理由がない場合には給与水準の適正化に取り組むとともに、その検証結果や取組状況を公表する。また、総人件費については、政府における総人件費削減の取組を踏まえ、厳しく見直す。</p>		<p>び業績を適切に評価し、その結果を昇給・昇格及び勤勉手当支給の処遇に反映した。また人事配置にあつては、個々職員の志向、能力、適性から、職務経験も加味した上で、専門分野を見極め、当該専門性の維持等に配慮した人事運用を行った。</p> <p>海外事務所の現地採用職員についても人事評価を行い、成績が優秀な者には特別手当を支給する等処遇に反映させた。さらに、平成 27 年度は、訪日プロモーション事業の執行機関化に伴い、職責・業務内容が高度化する職員の処遇改善を行ったほか、全海外事務所において現地職員を増員した（1 事務所は前年度に前倒し実施）。</p> <p>【職員の意欲の向上と能力開発】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本部採用のプロパー職員に対しては、キャリア形成に配慮した人事異動を行うとともに、業務遂行に必要な知識・スキルを習得する機会を拡充すべく、目的・テーマ別研修等（奨学金を含む）を実施し、職員の能力開発・向上を支援した。 ・訪日プロモーション事業の執行機関となったことを受けて、新たに設置された監査室の職員を対象とした内部監査研修のほか、職種・職階別に 4 回の会計研修を実施するとともに、海外事務所赴任者を対象とした研修等を行った。 ・顕著な功績のあった職員を顕彰することにより、職員の積極的な創意工夫を促し、業務実績と 	<p>評価制度を運用し、各職員の能力及び業績を評価し、その結果を処遇に反映した。またキャリア形成に配慮した人事配置を行い、個々職員の志向、能力、適性から、職務経験も加味した上で、専門性の維持等に配慮した人事運用を行った。海外事務所の現地採用職員についても人事評価を行い、成績が優秀な者には処遇に反映させた。さらに、職員顕彰制度により、顕著な功績のあった職員を表彰し、職員の業務実績と意欲の向上・改善を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成 27 年度のラスパイレース指数（国家公務員と比較した給与水準）は 114.8、地域と学歴を勘案した国家公務員との比較では、100 を下回る 96.8（前年比 3.0 ポイント増）となった。 ・以上のことから、人事に関する計画を着実に実行しており、目標水準を十分満たしていると思われることから、自己評価評定は B とする。 <p>【課題と対応】</p> <p>効果的かつ効率的な業務運営を行うための人員体制を整備しつつ、職員の能力向上・育成に努める。また、給与水準及び総人件費を適切に管理する。</p>	
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

				<p>意欲の向上に資することを目的として、平成 26 年度に顕著な功績をあげた職員及びチーム（海外現地職員含む）を 2 件を平成 27 年度に表彰した。</p> <p>【給与水準の適正化等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成 27 年度のラスパイレス指数（国家公務員と比較した給与水準）は 114.8、地域と学歴を勘案した国家公務員との比較では 96.8 となった。年齢のみを勘案した対国家公務員指数は 100 を越えているが、当機構は地方組織がなく、職員の約 9 割が大卒・大学院卒であり、地域と学歴を勘案した指数は平成 27 年度も 100 を下回った。職員の給与については、引き続き国に準じて適正な水準の維持が図られるよう、適切な措置を講じていく。 ・報酬・給与への業務実績・勤務成績の反映方法として、役員報酬に関しては、期末特別手当に対し国土交通省独立行政法人評価委員会が行う業績評価の結果を参考にして、役員の実績に応じ決定した。職員に関しては、人事評価制度による厳正な人事評価を行い、評価結果を職員の昇給等の処遇に反映させた。 ・「一般職の職員の給与に関する法律の一部を改正する法律」（平成 28 年 1 月 26 日法律第一号）に基づく国家公務員の給与の見直し内容を踏まえ、俸給表の改定及び役職員の 12 月賞与の支給率の改定を行うとともに、平成 26 年度の人事院勧告を踏まえ、特別都市手当（国家公務員の地域手当に相当）を改定 	
--	--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

					した。		
--	--	--	--	--	-----	--	--

4. その他参考情報

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
4-2	独立行政法人国際観光振興機構法（平成14年法律第181号）第10条第1項に規定する積立金の使途		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
—	前中期目標期間の最終事業年度において、独立行政法人通則法第44条の処理を行った後の積立金に相当する金額のうち主務大臣の承認を受けた金額について、前中期目標期間終了までに自己収入財源で取得し、今中期目標期間に繰り越した固定資産の減価償却に要する費用等に充当する。	前中期目標期間の最終事業年度において、独立行政法人通則法第44条の処理を行った後の積立金に相当する金額のうち主務大臣の承認を受けた金額について、前中期目標期間終了までに自己収入財源で取得し、当期中期目標期間に繰り越した固定資産の減価償却に要する費用等に充当する。	<p><主な定量的指標></p> <p>—</p> <p><その他の指標></p> <p>—</p> <p><評価の視点></p> <p>—</p>	<p><主要な業務実績></p> <p>前中期目標期間繰越積立金100,865円については、自己収入財源で取得し、当期中期目標期間に繰り越した固定資産の減価償却費等に要する費用に37,779円を充当し、前中期目標期間繰越積立金の残高は63,086円となった。</p>	<p><評定と根拠></p> <p>—</p> <p><課題と対応></p> <p>—</p>	評定	

4. その他参考情報

(別添1)

平成27年度業務計画（国際会議等の誘致・開催支援業務）

1. 新しい日本のMICEブランドの認知拡大

- 平成26年度に策定した日本のMICEブランドを活用した広告、広報事業の展開を通じた「MICE適国日本」の認知拡大。
- アンバサダープログラムの主体的な運営とアンバサダーを最大限活用した国際会議開催地としての日本の魅力の普及・啓蒙。

2. 国際会議誘致支援の取組強化

①誘致を強化する会議分野のターゲティングと有望案件の抽出の強化

- 日本として誘致を強化すべきターゲット分野の設定とリサーチ業務の強化による有望案件の抽出。

②グローバルMICE都市事業の改善と地方都市への誘致拡大

- 観光庁と連携したグローバルMICE都市事業の改善・強化に加え、都市の規模や強みのある産業・研究分野を活かした中小規模の国際会議の発掘による地方都市への誘致促進。

③機構の支援活動の認知拡大に向けた国内学協会との連携強化

- 機構の支援活動の認知拡大を通じた国内学協会等との関係強化。

④国内の国際会議主催者への支援強化

- アンバサダープログラムを活用した海外でのロビー活動、PRイベントへの支援等、国際会議主催者のニーズへの対応強化

3. インセンティブ旅行等の誘致支援強化

①市場分析を通じた有望ターゲットの絞り込み

- 海外市場の分析を通じたターゲットの明確化による訪日インセンティブ旅行誘致の強化。

②日本貿易振興機構、在外日本商工会議所等との連携強化

- 日本貿易振興機構、在外日本商工会議所等との連携強化による日系企業の訪日インセンティブ旅行等の実施に向けた働きかけ。

③ユニークベニュー、ベストプラクティス等の情報発信強化

- 観光庁によるユニークベニューの開発事業の取組やベストプラクティス等魅力的なコンテンツの海外への情報発信強化。

4. オリンピック・パラリンピック東京開催を活用した誘致強化

- 国内受入体制の整備状況に関する情報発信及び関連する国際会議や企業会議、訪日インセンティブ旅行の誘致強化。

以上

別紙①

平成27年度 予算

〔一般勘定〕

(単位:百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<収入>			
運営費交付金	10,726	10,726	0
賛助金収入	266	283	17
事業収入	318	370	51
事業外収入	8	42	34
計	11,318	11,421	102
<支出>			
業務経費	8,537	7,346	1,191
受託経費	451	347	103
人件費	1,508	1,405	103
一般管理費	341	292	50
計	10,837	9,390	1,447

〔交付金勘定〕

(単位:百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<収入>			
寄付金収入	380	48	△ 332
事業外収入	0	0	0
計	380	48	△ 332
<支出>			
交付金事業経費	380	61	319
計	380	61	319

※各欄積算と合計欄の数字は四捨五入の関係で一致しないことがある。

別紙②

平成27年度 収支計画

〔一般勘定〕

(単位:百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<費用の部>			
経常費用	7,148	9,376	2,228
業務経費	4,834	7,325	2,491
受託経費	452	345	△ 108
一般管理費	1,848	1,693	△ 155
減価償却費	14	14	△ 1
臨時損失	—	9	9
計	7,148	9,385	2,237
<収益の部>			
運営費交付金収益	6,542	8,700	△ 2,158
国際観光振興事業収入	584	627	△ 43
資産見返運営費交付金戻入	14	18	△ 4
資産見返補助金戻入	—	0	0
資産見返寄附金戻入	—	4	△ 4
事業外収益	8	66	△ 58
計	7,148	9,415	△ 2,267
当期純利益(△当期純損失)	—	30	△ 30
前中期目標期間繰越積立金取崩	0	0	0
当期総利益(△当期総損失)	—	30	△ 30

※各欄積算と合計欄の数字は四捨五入の関係で一致しないことがある。

[交付金勘定]

(単位:百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<費用の部>			
経常費用	380	61	△ 319
交付金事業経費	380	61	△ 319
当期利益金(△当期損失金)	0	△ 4	△ 4
計	380	57	△ 323
<収益の部>			
寄付金収入	380	57	323
事業外収益	0	0	0
計	380	57	323

※各欄積算と合計欄の数字は四捨五入の関係で一致しないことがある。

別紙③

平成27年度資金計画

〔一般勘定〕

(単位:百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<資金支出>			
業務活動による支出	7,134	5,175	△ 1,959
投資活動による支出	—	3,765	3,765
次期への繰越金	0	10,448	10,448
計	7,134	19,387	12,253
<資金収入>			
業務活動による収入	7,134	11,458	△ 4,324
運営費交付金による収入	6,542	10,726	△ 4,184
賛助金収入	266	357	△ 91
事業収入	318	318	0
事業外収入	8	57	△ 49
投資活動による収入	—	3,534	△ 3,534
前期からの繰越金	—	4,395	△ 4,395
計	7,134	19,387	△ 12,253

※各欄積算と合計欄の数字は四捨五入の関係で一致しないことがある。

〔交付金勘定〕

(単位:百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<資金支出>			
業務活動による支出	380	61	△ 319
次期への繰越金	0	58	58
計	380	120	△ 261
<資金収入>			
業務活動による収入	380	48	332
寄付金による収入	380	48	332
前期からの繰越金	—	72	△ 72
計	380	120	261

※各欄積算と合計欄の数字は四捨五入の関係で一致しないことがある。