

平成19年度

業務実績報告書

平成20年6月

独立行政法人

国際観光振興機構

目次

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置	
(1)組織運営	3
(2)職員の意欲向上と能力啓発	7
(3)業務運営の効率化の推進	10
(4)人件費削減の取り組み	13
2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項	
(1)官民パートナーシップで諸外国との競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動	
①重点的な調査研究活動とその結果を活用した事業展開	14
②外国人旅行者の来訪促進に係る方策	
ア「日本」の認知度を向上させるための観光宣伝事業の実施	18
イ訪日ツアーの開発・造成・販売に対する支援事業の実施	22
③外国人旅行者の受入体制の整備支援事業	34
④国際コンベンション等の誘致・支援事業	38
ア国際コンベンション及びインセンティブ旅行の誘致	
イ誘致が決定したコンベンションの開催準備	
⑤通訳案内士試験事務の代行	46
(2)効率的・効果的な業務運営の促進	
①業績評価の充実	48
②人事考課の徹底	50
③外部人材の活用	52
④海外の在外公館、諸外国の政府、観光関連機関等との連携強化	53
⑤ナレッジ・マネジメント(知識経営)の確立	57
(3)事業成果の公表	58
(4)附帯する業務	60
3. 予算、収支計画及び資金計画	62
4. 短期借入金の限度額	71
5. 重要な財産を譲渡し、又は担保にする計画	72
6. 剰余金の使途	73

7. その他主務省令で定める業務運営に関する事項	
(1) 人事に関する計画	74
(2) 機構の事業パートナーである地方自治体、観光関連事業者等の賛助金拠出者に対し、機構が実施する事業に係る「負担と受益」についての説明責任を果たし、事業パートナーとの連携を強化する。	75
(3) 査証発給手続きの簡素化・迅速化、輸送力の増強等の施策を担当する関係機関に適宜要請を行う。	76
【参考資料】	77

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(1) 組織運営

【中期目標】

多様化する諸外国の観光市場、及び、わが国の関係者のニーズ、並びに、外客来訪促進事業に係る技術・ノウハウの進展等に機動的、かつ効果的に対応するため、本部組織及び海外観光宣伝事務所の業務実施体制を整備する。

【中期計画】

多様化する諸外国の旅行市場及びわが国の地方自治体、観光関連事業者等関係者のニーズとシーズ（外国人旅行者の来訪促進事業に活用できる観光資源、アイデア、ノウハウ等）、並びに、IT化等世界の外国人旅行者の来訪促進事業に係る技術・ノウハウの高度化・効率化等に積極的に対応して、機動的かつ効果的に業務を実施するため、本部組織及び海外観光宣伝事務所の体制を整備する。

本部組織については、業績評価と人事とを一体として所管する管理部、財務会計に加え管理会計も重視して経理業務を担う経理部、賛助金を拠出する地方自治体・観光関連事業者等の事業パートナーのニーズを把握して、機構の運営に反映する業務を行う事業開発部、海外の訪日旅行市場に対する事業展開を統括する海外市場開拓部、国内での訪日外国人旅行者受入体制の整備支援等を行う国内サービス部、国際コンベンション誘致及び開催支援を総合的・一体的に行うコンベンション誘致部を設置する。

また、本部においては、固定的な課単位の組織に制約される課制を採らず、機動的な人材運用を可能とするマネージャー制を採用する。他方、海外観光宣伝事務所については、市場動向を的確に反映した体制を構築するため、事務所及び事務所要員の配置等の改善に努める。なお、業務量の変化、市場の変化等に適宜、柔軟に且つ迅速に対応できるよう継続的に組織のあり方の検討を行う。

【年度計画】

海外にネットワーク（海外事務所）を有する NTO（政府観光局）としての機構のノウハウ、利点等を最大限活用し、ビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）事業に積極的に参画・貢献する等により、平成19年訪日外国人旅行者800万人を目指す。

具体的には、

- ・ 主要市場ごとに設置されているVJCの事業推進チームの一員として、VJC事業の基本方針、具体的事業計画等の策定、個別事業の執行管理等に参画する。
- ・ 各市場の情報収集、分析等を行い、これを踏まえた効果的・効率的な訪日ツアー造成等に関する具体的な事業提案を行う。
- ・ 訪日ツアー造成支援、旅行博・イベント等への出展、VJC現地推進会の開催等のVJC事業を実施し、成果を挙げる。

組織の運営上は、

- ・ 機構の「ビジョン&ミッション」の実現を目指して、組織一丸となって業務に取り組む。
- ・ 中期計画の最終年度に当たり、組織横断的な体制で次期中期計画の検討を行う。
- ・ 機構の活動に対する外部の理解を深めるため、事業パートナーやメディアに対する国内広報を強化する。
- ・ 海外事務所については、所長の自主裁量権を拡大するとともに、現地職員の積極的活用のため雇用条件の見直しを行う。
- ・ 海外事務所に関し、業績評価項目、数値目標等を設定し、その結果を評価する海外事務所評価制度を的確に運用することにより、海外事務所の業績向上を図る。
- ・ 機構各部連携の下、運輸局・自治体への訪問を実施し、意見交換等を通じて地方との連携強化を図る。

① 年度計画における目標設定の考え方

平成18年に達成できなかった訪日外国人旅行者750万人の目標を上回り、VJC前半終了時点として800万人の目標を達成すべく、VJC事業に一層の貢献を行う体制整備に努める。同時に、第1期中期計画最終年度にあたり、政府の行政効率化の流れに対応した第2期中期計画を策定する。

② 当該年度における取り組み

(1) ビジット・ジャパン・キャンペーン(VJC)に対する貢献

- ・ 機構本部職員がVJCの市場別事業推進チームのメンバーとして、市場ごとの事業方針・具体的な事業計画の策定、個別事業の執行管理に参画した。
- ・ 10月と2月に、海外事務所長による市場情報・分析等に基づき、機構、VJC実施本部事務局、国土交通省の3者で各市場の分析及び平成20年度のマーケティング戦略について検討を行った。
- ・ 検討結果をもとに、事業推進チームの場で積極的に提案を行った結果、平成20年度VJC事業として84件が採用された。
- ・ 前年度に引き続き、VJC重点市場国・地域に設置されているVJC現地推進会に海外事務所長がメンバーとして参加した。

※VJC現地推進会は海外でのVJC事業の推進体制を強化するために、外務省と連携の下、VJC重点市場内の主要都市に設置され、各地の日本国大使あるいは日本国総領事を会長に、日系の公的機関・観光関連企業の現地トップや現地観光業界代表者等で構成されている。平成20年3月末現在、18のVJC現地推進会が成立している。

＜平成19年度のVJC推進会の開催状況＞

開催日	開催地	機構からの参加者
2007年6月8日	ソウル(韓国)	ソウル事務所長 本部マネージャー、本部職員
2007年7月4日	ロンドン(英国)	ロンドン事務所長
2007年10月25日	パリ(フランス)	パリ事務所長
2008年1月22日	サンフランシスコ(米国)	ロサンゼルス事務所長
2008年2月22日	ソウル(韓国)	ソウル事務所長 理事、本部部長

- ・ 訪日ツアー造成支援、旅行博・イベントへの出展等の計72件のVJC事業を実施又は実施に協力した。

【参考資料1 VJC中央事業の実績】

(2)次期中期計画ビジョンの策定

- ・ 総務省独立行政法人評価委員会における中期計画見直し作業に先立ち、機構全職員が参加する形で次期中期計画期間におけるビジョンの検討を行った。そのために、中堅・若手職員によるワーキング・グループが行った議論の結果を、役員・部長からなる委員会において検討し、7月までに取りまとめた。その内容を、8月以降の整理合理化計画に関するヒアリングへの対応案として提出し、平成20年4月からの組織体制改革を実現した。
- ・ 10月以降若手職員による3つのワーキング・グループを設置し、第二期中期計画期間における人材育成、業務効率化、広報活動に関する提言を行った。

(3)整理合理化計画、市場化テスト等、行政改革に関する検討への協力

行政減量・効率化有識者会議の整理合理化計画、官民競争入札等監理委員会の市場化テスト等の行政改革に関わる政府の検討作業に協力した。その結果、海外観光宣伝事業に重点をおいた業務の見直し、海外出展事業の一部業務及び通訳案内士試験業務の市場化テスト活用の検討等が合意された。

(4)国内広報の強化

6月、9月、1月に記者発表会を開催するなど積極的な国内広報を展開した。その結果、平成19年度の広報実績は、過去最高の730件に達した。特に、一般紙、テレビ・ラジオ等による機構関連報道が増加した。

【参考資料2 職員寄稿記事及びプレスリリース掲載記事】

(5) 所長の自主裁量権拡大と現地職員の積極的な活用

- ・ 海外事務所に対する事業予算の配賦については、従来、本部における事業計画の承認プロセスを必須としていたが、海外事務所における機動的な事業活動を可能にするため、一定金額の事業予算を海外事務所長の裁量枠とし、本部における承認プロセスを省略することとした。
- ・ 現地職員の積極的な活用を図るべく、現地職員の人事制度に係る議論を進め、見直しの方向性について検討を行った。20年度以降、新たな人事制度の下、現地職員の積極的な活用を進めることとする。

【参考資料3 JNTOの海外事務所体制】

【参考資料4 海外事務所現地職員の新人事制度】

(6) 海外事務所評価制度の的確な運用による業績向上

- ・ 前年度に引き続き、年度終了時の海外事務所評価に加えて、上半期終了時に上半期の成果に係る意見交換を本部と海外事務所との間で行った。意見交換により、お互いの状況に対する認識が深まるとともに、今後の業務実施の改善に役立つ情報が得られた。
- ・ 第1期中期計画期間において実施してきた海外事務所評価の見直しに係る議論を進めた。これまでの評価は、海外事務所の業績評価としての側面と、海外事務所職員の人事評価としての側面とが未分化であったため、特に、この点の解消につき検討を行った。
- ・ 北米や中国など、複数の海外事務所が存在する市場においては、各事務所の役割分担を明確にした連携が図られるようになった。

(7) 地方連携強化を目的とした地方訪問活動

11月から2月にかけて10箇所の地方運輸局及びその周辺の地方自治体への訪問活動を組織的に行い、機構の活動に関する理解と協力関係の強化を図った。

【参考資料5 地方運輸局・地方自治体等訪問実績及び地方連携の例】

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(2) 職員の意欲向上と能力啓発

【中期目標】

職員の人事評価を能力と実績に基づき実施し、これに応じて処遇を行うことを徹底し、職員の意識改革及び業務への取り組み意欲の向上を図る。

【中期計画】

職員個々人が、組織人として存分に力を発揮し、機構の組織全体として成果を上げることとなるよう、職員の能力及び実績を適正に評価する仕組みを確立し、適切に運用する。特に、海外観光宣伝事務所においては、人事評価を踏まえて処遇の改善を行い、海外採用職員の業務への取組意欲の向上を図るとともに、優秀な海外採用職員の抜擢を行う。また、人材育成の視点を十分に考慮した人事ローテーションに努めるとともに、業務を行う上で必要な知識、能力の向上等のために OJT(現場で仕事をしながらの教育)、研修等を活用・充実する。

【年度計画】

- ・ 職員の能力及び実績を適正に評価し、処遇に反映させるとともに、職員の適性を考慮した人事異動を行う等により、組織力強化と職員の意欲の向上を図る。
- ・ 海外事務所の海外採用職員については、各海外事務所の人事評価により能力及び実績を適正に評価し、成績優秀者には特別手当(一時金)の支給や業務の高度化に対応した昇格等により処遇に反映させ、意欲向上を図る。
- ・ 益々深化するインバウンド業務の専門処理能力及び複雑、多様化する管理業務への対応能力向上等のための研修プログラムの整備、充実を図り、各専門分野毎に職員の能力開発に努める。また、人材育成の視点を十分に考慮した人事ローテーションに努める。
- ・ 到達目標を設定した上で、外国語、簿記、ITその他の自己研修を行う職員に奨学金を支給する制度を活用し、職員の専門能力向上を図る。また、資格取得等能力開発において顕著な実績を挙げた職員を顕彰することにより、職員の意欲の向上を図る。

① 年度計画における目標設定の考え方

人事評価制度及び研修制度の運用により職員の意欲向上と能力開発に努める。また、海外事務所の現地採用職員については、人事考課を踏まえた処遇改善を前年度に引き続き実施し、業務への取り組み意欲向上を図る。

② 当該年度における取り組み

- (1) 人事制度に基づき、全職員を対象として、18年度の業績、勤務状況等に関する人事評価を実施し、処遇に反映した。

- (2) 海外事務所の現地採用職員を対象に、各職員の能力及び実績を適正に評価し、成績優秀者に特別手当を支給するなど処遇に反映させた。また、監事による海外事務所監査※における指摘等を踏まえ、物価等の上昇が著しい国に所在する海外事務所の現地採用職員については、物価等の上昇を踏まえた給与の調整を行った。

※海外事務所監査における監事指摘事項(監査報告書要旨抜粋)

<p><北京、上海事務所監事監査報告書></p> <ul style="list-style-type: none"> ・オリンピックの開催を控えている北京、及び2010年の万博に向けて好景気に沸く上海においては、物価の上昇とともに人件費が急騰している状況にあるようである。北京事務所の現地職員の給与については、7年間、改訂されていない。現地職員から強い不満の声も上がっている。 ・海外事務所の業務執行能力の維持・向上が機構にとり最優先課題であること、現地職員の士気の低下或いは優秀な人材の確保が困難になることも懸念される。必要な財源を優先的に確保する等の改善措置を検討することが望ましい。 <p><香港、シンガポール事務所監事監査報告書></p> <ul style="list-style-type: none"> ・本年物価上昇分の小幅な給与改訂があったが、それ以前7年間に亘り昇給がなく、今回、事務所長及び本人から給与の大幅増額に対する強い要望が出された。士気の低下或いは離職への懸念がある。 ・好調なシンガポール経済の中で、昇給の圧力が増大しているようである。 <p><ニューヨーク、ロサンゼルス、トロント事務所監事監査報告書></p> <ul style="list-style-type: none"> ・優秀な現地職員の確保に当たっては、いずれの事務所も予算の制約から給料水準の設定に苦労している。 <p>特に、北米地域では、職員にとって仕事振りを認められることは、即、給料のアップと理解する傾向があるので、所長の苦労もひとしおである。</p>

- (3) 中途採用者、出向者、管理職等を対象とした多彩な研修の実施及び奨学金制度の活用等により中途採用者、出向者、管理職等を対象とした多彩な研修の実施及び奨学金制度の活用等により人材育成・組織力強化を図った。

<19年度研修実績>

研修内容	対象	時期
JNTO業務オリエンテーション	中途採用者・出向職員	4月
労働法セミナー	一部職員	6月
社内セクハラ相談員養成セミナー	一部職員	6月
ストレス・コントロールセミナー	一部職員	6月、10月
メンタルヘルス・マネジメントセミナー	一部職員	7月、10月
アサーティブ・コミュニケーションセミナー	一部職員	7月
印刷費積算講習会	一部職員	7月
個人情報保護法研修会	一部職員	7月
メンタルヘルス・コーチングセミナー	管理職	10月
人権に関する国家公務員等研修会	一部職員	2月

マーケティングリサーチ研修	調査統計業務担当職員 及び希望者	3月
総務省実施の統計関係及び 情報システム関係の研修	希望者及び各部推薦者	通年

＜19年度奨学金給付実績＞

外国語 10名 13件	ドイツ語上級レベル1名延べ3件、フランス語初級レベル3名延べ 4件、フランス語中級レベル1名、中国語上級レベル1名、中国語 入門レベル1名、韓国語入門レベル1名、英語上級レベル2名
資格取得等	ビジネス実務法務検定試験2級1名 国際マネジメント研究課受講1名

③その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

(1)内部統制の充実

内部統制の充実を図るために、独立行政法人個人情報保護法についての研修会を年2回開催した。

(2)外国出身者の採用

平成17年度に本部嘱託員として採用したロシア出身者1名を本部職員として採用した。

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(3) 業務運営の効率化の推進

【中期目標】

業績評価制度の導入により具体的な実施事業毎に評価を行い、事業の実施内容、実施方法を不断に見直すとともに、より効果的な事業へ資源を重点的に配分する。また、海外観光宣伝事務所においてはマーケティング機能を強化するため、一般消費者向けの情報提供活動を合理化し、これによって生じる資源を旅行者向けのマーケティング活動に重点的に配分する。

数値目標

一般管理費について、中期目標期間の最後の事業年度において、特殊法人時の最終年度(平成14年度)比で13%程度に相当する額を削減する。

数値目標

運営費交付金対象業務経費について、中期目標期間の最後の事業年度において、特殊法人時の最終年度(平成14年度)比で5%程度に相当する額を削減する。

【中期計画】

業務運営の効率化を図るため、業績評価に基づき現行事業の見直しを行い、より効果的な事業への重点的資源の配分、業務の集約化、外部委託、及び電子化等の措置を講ずること等により効率性の向上を図る。特に、国内2ヶ所のツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)については、日本全体の案内所としての本来の機能と、地方自治体等の運営する案内所の実態とを考慮して、案内業務のあり方を見直す。まず、京都 TIC を閉所し、これにより生み出される資源を活用して全国の案内所をサポートするセンターを設置する。

また、海外観光宣伝事務所については、IT技術を用いた観光情報の発信等の活用により、一般消費者向けの情報提供活動を合理化する一方、旅行者向けのマーケティング活動を強化する。

さらに、ITを活用した情報の共有化、書類等の電子化等により、ナレッジ・マネジメント(知識経営)・システムを確立し、業務運営の効率化を図る。

数値目標

一般管理費について、受託事業の確保、給与の見直し、汎用品の活用等により、中期目標期間の最後の事業年度において、特殊法人時の最終年度(平成14年度)比で13%程度に相当する額を削減する。

数値目標

運営費交付金対象業務経費について、単価の見直しや事業執行方法の改善等を通じて効率化を推進し、中期目標期間の最後の事業年度において、特殊法人時の最終年度(平成14年度)比で5%程度に相当する額を削減する。

【年度計画】

- ・ 事業実施等の意思決定の迅速化・効率化を推進するために、グループウェアを活用した情報の共有化や事務処理、決裁処理の簡素化を進める。
- ・ 中期目標期間の最終年度である平成19年度は、特殊法人の最終年度(平成14年度)に比べ、運営費交付金対象業務経費については5%程度に相当する額を、一般管理費については13%程度に相当する額を削減する計画を達成する。このため、引き続き、業務の効率化を推進するとともに、賃借料等の見直し及び消耗品等の計画的購入に取り組む。
- ・ また、経費の節減を図るとともに、契約の透明性を確保するため、一般競争入札等を更に活用する。

① 年度計画における目標設定の考え方

業務運営の効率化を推進するために必要な事項を具体的目標として挙げたものである。

② 当該年度における取り組み

(1) 意思決定の迅速化・効率化に向けたグループウェアを活用した取り組み

- ・ 従来、紙で回覧していた各種案内や周知文書について、グループウェア「サイボウズ」の掲示板および閲覧確認機能を活用する事により、迅速な周知と確認漏れの防止に努めた。
- ・ 掲示板には海外事務所を含めた機構各部署から、毎日5件～10件程度のインバウンド関連情報が投稿されており、役職員の情報共有に役立っている。19年度1年間の掲示板への情報掲載件数は、情報項目数で約2,170件となった。

(2) 運営費交付金対象業務経費の削減

- ・ ロサンゼルス事務所の公用車を廃止したほか、随意契約の見直しによる一般競争入札等の活用などにより、業務経費の削減に努め、運営費交付金対象業務経費は、19年度計画額を約7百万円下回った。
- ・ なお、14年度に対しては、120百万円(▲12.7%)の節減となった。

(3) 一般管理費の削減

- ・ 物件費については、本部事務所において前年度に引続き借家料等の引き下げを行うなど、経費の削減を図った。
- ・ これらにより、一般管理費は計画額を18.4百万円の削減となった。
- ・ また、14年度に対しても約3億20百万円(▲17.0%)の節減となった。
- ・ 一般管理費の削減目標達成のため、前年度に続き以下のような人件費抑制を図った。
- ・ 役員報酬については、前年度に引き続き本俸の減額措置を実施した。(18年度本俸平均3.12%減、19年度本俸平均2.93%減)。

- これにより平成19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107.9 (平成17年度は109.2、平成18年度は105.3)、東京都特別区在勤の国家公務員との比較では95.9 (平成17年度は97.3、平成18年度は93.8)となり、双方とも対前年度では上昇してはいるが対平成17年度比では減少を維持した。
- ラスパイレース指数が前回に比して上昇した理由は、機構は同指数の調査対象職員数が少なく、調査対象職員の数人の入れ替わり(退職、採用、海外赴任等)が結果に反映されたためである。
- 機構は職員の約9割が大卒・大学院卒である上、地方組織が無い。今後も東京都特別区在勤の国家公務員との比較で100を上回らないよう、引き続き適切な措置を講じていく。

◎ 数値目標の達成状況:一般管理費、運営費交付金対象業務経費の削減

(単位:千円)

区分	19年度計画額 (A)	19年度実績額 (B)	削減額 (B-A)	14年度	対14年度削減率
一般管理費	1,584,724	1,566,313	▲18,411	1,886,397	▲17.0
運営費交付金 対象業務経費	836,034	828,908	▲7,126	949,101	▲12.7

(4)随意契約の見直し

- 随意契約については不断の見直しを行い、19年12月には「随意契約見直し計画」を策定・公表し、その実施に取り組んでいる。
- 平成19年度においては、33件、104百万円を競争契約等(企画競争及び公募を含む)により契約を行った。なお、従来随意契約を行っていた海外運送業務を一般競争に移行した。
- 随意契約とした主な理由としては、会計規程第34条第1項第1号「契約の性質又は目的が競争を許さないとき」(本部事務所借家料等)等である。

	18年度実績			19年度実績		
	件数 件	金額 百万円	平均落札率 %	件数 件	金額 百万円	平均落札率 %
一般競争入札等	26	77		33	104	
競争入札	17	38	76.6	25	61	71.7
企画競争・公募	9	39	98.1	8	43	99.6
随意契約	34	378	98.2	33	397	98.5

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(4) 人件費削減の取り組み

【中期目標】

人件費(退職手当等を除く。)については、「行政改革の重要方針」(平成17年12月24日閣議決定)を踏まえ、平成18年度から平成22年度までの5年間において、国家公務員に準じた人件費削減の取組を行うこととする。

国家公務員の給与構造改革を踏まえた給与体系の見直しを進める。

【中期計画】

(4) 人件費削減の取組み

「行政改革の重要方針」(平成17年12月24日閣議決定)を踏まえ、平成18年度から平成22年度までの5年間において、人件費(退職手当等を除く。)について5%以上の削減を行うこととし、うち、現中期目標期間においては、概ね2%以上の人件費を削減することとする。

これまで適正かつ厳格な人事考課を実施し、これを給与に反映させているが、更に、きめ細かく勤務実績を給与へ反映できるようにするため、俸給表の見直しを行う等国家公務員の給与構造改革を踏まえた給与体系の見直しを進める。

【年度計画】

平成17年12月の閣議決定を踏まえ、人件費を平成17年度比で概ね2%以上削減する。

これまで適正かつ厳格な人事考課を実施し、これを給与に反映させているが、更に、きめ細かく勤務実績を給与へ反映できるようにするため、給与体系の見直しを進める。

① 年度計画における目標設定の考え方

前年度同様、行政改革の重要方針に掲げられた人件費削減を着実に推進するための目標を掲げたものである。

② 当該年度における取り組み

※P.11(3)一般管理費の削減を再掲。

- ・ 役員報酬については、前年度に引き続き本俸の減額措置を実施した。(18年度本俸平均3.12%減、19年度本俸平均2.93%減)。
- ・ 上記の措置等により、人件費は対平成18年度比で1.79%減(17年度比では、3.97%減)となった。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(1) 官民パートナーシップで諸外国との競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動

>① 重点的な調査研究活動とその結果を活用した事業展開<

【中期目標】

訪日外国人旅行者を増大させるため、官民一体となって実施する「ビジット・ジャパン・キャンペーン」に参画し、かつ地方自治体、民間事業者等との協力・連携を図るとともに、機構の事業のあり方に対するこれら関係者のニーズ等を的確に反映して、外国人旅行者の来訪促進及び受入体制整備に確実な成果が上がる事業を展開する。

重点的な調査・研究活動を充実させ、本部及び海外観光宣伝事務所においてその結果を踏まえた事業展開を徹底するものとする。

【中期計画】

前掲の政策目標の達成に向けて中核的な役割を果たすべく、外国人旅行者誘致に必要な市場情報の収集と分析、国内外の関係者のニーズ及びシーズ(外国人旅行者の来訪促進事業に活用できる観光資源、アイデア、ノウハウ等)の把握、官民パートナーシップの連携強化、新たな誘致技術の積極的な導入・活用(IT化等の活用)、職員の能力の向上等に努め、訪日外国人旅行者の誘致及び受入体制整備支援を積極的に行う。

多数の国々がしのぎを削っている外国人旅行者の誘致活動の分野において、競争優位に立つためには、観光旅行の目的地としての日本を売る市場(訪日外国人旅行者の発地国・地域)及び消費者(訪日旅行をしようとする外国人)のニーズと特性を的確に捉えた上で誘致活動を展開していくことが重要である。このため、市場調査を実施するほか、日常的に、海外における観光関連事業者等と密接なコンタクトを保つことにより、有望市場及び有望な潜在的訪日旅行者層に関する情報を把握・分析し、その結果を誘致事業の展開に反映させる。

世界の主要な市場国・地域における社会経済の動向及び一般消費者の旅行動向、ニーズ等に関する重点的な調査並びに日常的活動において収集・把握した情報、データを分析し、その結果を外国人旅行者の来訪促進事業に活用する。

数値目標

調査、情報収集及び分析の成果として作成している「マーケティング・マニュアル」、「JNTO国際観光白書」、「日本の国際観光統計」の刊行物については、事業パートナーのニーズを踏まえ、質の向上を図り、かつ新規情報掲載量(新規付加価値量。データ更新は含まない。頁数換算。)を、中期目標期間中に20%程度増加させる。また、アンケート調査等を活用して各刊行物の顧客満足度が向上するよう努める。

【年度計画】

- ・ 外国人旅行者誘致に必要な市場情報の収集と分析を行う。
- ・ 国内外の関係者のニーズ及びシーズ(外国人旅行者の来訪促進事業に活用できる観光資源、アイデア、ノウハウ等)の把握に努める。
- ・ 官民パートナーシップの連携強化を図る。
- ・ 新たな誘致技術の積極的な導入・活用(IT化等の強化)を図る。
- ・ 訪日外国人旅行者の誘致及び受入体制整備支援を積極的に行う。

市場調査を実施するとともに、日常的に、海外における観光関連事業者等と密接なコンタクトを保つことにより、有望市場及び有望な潜在的訪日旅行者層に関する情報を把握・分析し、その結果を誘致事業の展開に反映させる。

世界の主要な市場国・地域における社会経済の動向及び一般消費者の旅行動向、ニーズ等に関する重点的な調査並びに日常的活動において収集・把握した情報、データを分析し、その結果を外国人旅行者の来訪促進事業に活用する。

調査統計関係刊行物の内容の充実を図る。また、JNTOウェブサイト上で公開する統計データの充実を図る。

数値目標

中期計画の数値目標で指定されている調査統計関係刊行物については、事業パートナーのニーズを踏まえつつ、新規情報掲載量(新規付加価値量。データ更新は含まない。頁数換算。)を平成19年度は平成14年度実績に比べ22%増加させるとともに、アンケート調査を実施する等により質の向上を図り、顧客満足度の向上に努める。

① 年度計画における目標値設定の考え方

平成18年度の数値目標(平成14年度実績に比べ新規情報掲載量20.0%増)を踏まえ、平成19年度はさらに2%増の22%とした。

② 実績値と取り組み状況

(1) 市場調査の実施及び日常活動での市場情報の収集・分析

- ・ 訪日外国人旅行者の訪問地、滞在期間、宿泊地等を調査する訪問地調査を、主要な9空海港で実施した。この9空海港から出国する外国人数は出国外国人数の90.8%に達している。また、前年度に実施した訪問地調査の報告書を作成した。
- ・ 前年度に実施した満足度調査の結果を集計し、報告書を作成した。平成17年度に作成した前回版に比べ、大幅にサンプル数が増加したことで報告内容の信頼性が向上した(平成17年度報告書サンプル数5,161票→平成19年度報告書サンプル数13,891票)

- ・平成17年度に続き、訪日外客の消費額や購入したみやげ物などを把握するための訪日外客消費動向調査を実施した。

【参考資料6 訪問地調査及び消費動向調査の概要】

【参考資料7 「JNTO訪日外客実態調査2006-2007〈訪問地調査編〉〈満足度調査編〉」の発行】

- ・海外事務所が収集、分析を加えた最新市場動向に係わる情報を「JNTOニュースフラッシュ」(平成19年度49回発行。情報235件を発信)等を通じて、賛助団体・会員向けに提供した。さらに、海外事務所の担当者が最新の旅行市場動向を報告する記事を主要業界紙誌に寄稿した。

【参考資料2 職員寄稿記事及びプレスリリース掲載記事】

(2) JNTOウェブサイト上で公開する統計データの充実

従来から行ってきた月次の訪日外客統計報道発表資料の公開に加え、平成19年度からは、新規ページを追加し、主要な数値を抜粋した統計データをエクセルファイルおよびPDFファイルで公開し、毎月内容を改訂した。その結果、新規ページのアクセス数が平成19年5月の追加公開以降、平成20年3月までに35,223ページビューに達した。

◎ 数値目標の達成状況：調査統計関係刊行物

刊行物	発行時期	19年度目標	19年度実績	
JNTO国際観光白書2007	平19.6	22% 程度増	23.0% 増	23.3% 増
日本の国際観光統計2006	平19.7		91.1% 増	
JNTO訪日旅行誘致ハンドブック 2007/2008	平20.3		14.7% 増	

「日本の国際観光統計2006」

新たにロシア、インド、マレーシアの有望新興3市場を含め、計15市場の統計データを掲載した。さらに、15市場全てについて、訪日総数だけでなく、観光目的の訪日客に絞った統計データを新たに掲載するなど、情報量の大幅な増加と同時に読者が活用しやすいデータの充実を図った。

「JNTO訪日旅行誘致ハンドブック2007/2008」

平成19年度は、市場別に主要旅行会社、メディアの情報を掲載した「リスト編」と誘致宣伝手法について解説した「総合編」の両分冊とも改訂した。見やすさ、読みやすさの向上の観点からレイアウト・デザインの一層の改善、付表の充実を図った。特に各市場別に人気の高い日本の旅行地を整理し記述を大幅に充実するとともに、市場別の最新トピックスを大幅に充実した。

③その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

- ・ 賛助団体・会員等の事業パートナーを対象とした「個別相談会」を平成19年10月に、「第5回インバウンド旅行振興フォーラム」を、平成20年2月に開催した。
- ・ 「個別相談会」では海外事務所長と本部プロモーション事業担当者が、面談形式で事業パートナーからの個別相談に応じた。同時に、国際観光統計の説明会も開催し、最新の外国人旅行者動向を解説した。
- ・ 「第5回インバウンド旅行振興フォーラム」では「市場説明会」において各海外事務所長が訪日旅行市場の最新情報について講演を行ったほか、「個別相談会」も同時に実施した。さらに、機構事業の報告を行い、賛助団体・会員に対して機構事業の理解促進を図った。
- ・ 従来から参加者へのアンケートを毎回実施し、内容の改善に努めた結果、「第5回インバウンド旅行振興フォーラム」に対する参加者の評価は、「大変役立った」と「役立った」の合計が全回答者の85%に達した。

【参考資料8 第5回インバウンド旅行振興フォーラム開催報告】

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(1) 官民パートナーシップで諸外国との競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動

>② 外国人旅行者の来訪促進に係る方策<

ア 「日本」の認知度を向上させるための観光宣伝事業の実施

【中期目標】

世界の主要な市場国におけるメディア向け広報活動、インターネットによる情報発信等を通じ、旅行目的地としての「日本」の認知度を向上させる。

【中期計画】

「ビジット・ジャパン・キャンペーン」と連携し、世界各国との厳しい外国人旅行者誘致競争の中、世界の有望な市場国・地域において、旅行目的地としての「日本」の認知度を向上させ、日本の差別化を図り、訪日旅行意欲の醸成を図るため、対象を的確に捉え、焦点の定まった広報宣伝活動を積極的に展開する。具体的には、メディアへの広報宣伝活動等を通じた訪日旅行に関する記事掲載・番組放映等、及び、インターネットによる世界へのわが国の観光魅力に関する情報発信により、広報効果を増大させることにより、旅行目的地としての「日本」の認知度を向上させる。その事業の実施に当たっては、事業パートナーを募って市場セグメント(働きかけの対象の区分)を絞り込み、具体的な送客実績につながる事業展開を行い、中期目標期間中に継続して実施する事業(同一の事業がない場合には同種の事業とする。)について、旅行目的地としての「日本」の認知度向上効果を、事業実施後に低廉な手法を用い可能な範囲で測定し、事業の実施内容・方法の改善を図ることに努める。

数値目標

- ・ インターネットのアクセス件数を、中期目標期間中に40%程度増加させるとともに、アンケート調査等を活用して顧客満足度が向上するよう努める。
- ・ 有力メディアとの連携を強化して、メディア向け広報活動(海外観光宣伝事務所等によるニュースリリースの発行、情報提供、ジャーナリスト招請及び取材協力等)の成果(事業の結果として掲載/放映された記事/番組を、各媒体に同じ分量の広告として掲載/放映した場合の広告費換算額。換算に用いる通貨レートは、平成14年度における支出官レートに統一する。)を、中期目標期間中に平成14年度実績の60%程度増加させる。

【年度計画】

- ・ 「ビジット・ジャパン・キャンペーン」と連携し、旅行目的地としての「日本」の認知度を向上させ、日本の差別化を図り、訪日旅行意欲の醸成を図るため、メディアへの広報宣伝活動等を通じた訪日旅行に関する記事掲載・番組放映等を図るための取り組みを引き続き強化していくが、限られた財源を有効活用するためにも、事業の採択・実施・評価を的確に行っていく。

- ・ JNTOウェブサイトの日本観光ポータルサイト化をさらに推進するため、VJC、地方自治体、民間事業者とも連携を図りつつ、訪日旅行者のニーズに応じた情報コンテンツの拡充を進める。
- ・ 海外一般消費者に対する旅行目的先としての日本の認知度向上のため、ウェブサイトへのアクセス分析や、メールマガジン発行・ウェブアンケート等のコミュニケーション機能を強化し、マーケティング上も有効に活用する。
- ・ 海外事務所運営ウェブサイトの整備を進めるとともに、各市場のニーズに応じたきめ細かな情報発信に務める。特に、中国語簡体字サイトの機能改善、情報コンテンツの充実を行い、中国語圏に向けた情報発信機能を強化する。
- ・ 日本の観光魅力を海外に PR するためのフォトライブラリーを充実し、各種情報ニーズへの対応を図る。

数値目標

- ・ JNTOウェブサイトの PR 促進やコンテンツ及び操作性の改善を通じて、アクセス件数を、平成19年度は平成14年度実績に比べ150%程度増加させる。
- ・ 有力メディアとの連携を強化して、メディア向け広報活動(海外事務所等によるニュースリリースの発行、情報提供、ジャーナリスト招請及び取材協力等)の成果を、平成19年度は87.1億円とする(VJC事業も含む)。

① 年度計画における目標値設定の考え方

ウェブサイトへのアクセス件数を、中期計画期間中に平成14年度実績より40%程度増加させるという目標は、平成17年度に前倒しで達成したため、過去4年間の平均増加率(約20.1%/年)を平成19年度にも適用し、平成14年度比150%増を目標値として設定した。

※上記の平均増加率(約20.1%/年)は12月までの確定値を元に算定したため、平成18年度の実績から求めた実際の平均増加率(約22.7%)とは異なる。

メディア広報の数値目標は、事業を構成する4事業の内、「JNTO本部事業(メディア広報予算)及び「JNTO海外事務所独自事業」の2事業の過去4年間の実績平均値に「JNTO本部事業(海外プロモーション予算)」及び「VJC事業」の見込み値を合算して設定した。

② 実績値と取り組み状況

(1) ウェブサイト情報コンテンツの拡充

全国都道府県の観光関連部局と連携し、各国語ウェブサイトとともに420箇所程度の地域観光情報の大幅な見直しを行い、360箇所程度については掲載写真も新規画像に差し替えた。また、日帰り～3泊4日程度の旅程で地方の主要観光地を巡るモデルコースの追加(8コース)、ショッピングガイドおよび東京・大阪の主要ショッピングエリア紹介(8箇所)、無料で体験が可能な産業施設(25箇所)、各種交通機関の外国語標識案内など、旅行者のニーズに応じた実用情報を整備した。

新たに追加したモデルコース:

北海道・道東、北海道・道南、四国、九州A(熊本～大分)、九州B(長崎～佐賀)、名古屋、神戸、福岡

(2)ウェブサイトのマーケティングへの活用

アクセスログの解析により、観光地情報への国別アクセス状況などの把握に努め、外客誘致事業の基礎資料とした。また、訪日旅行者からの写真投稿、観光地の人気投票機能など参加型コミュニケーションツールの整備を行った(運用は平成20年度から)。

(3)中国語圏への情報発信強化

中国語ローカルサイトを繁体字、簡体字ともにリニューアルした。中国語圏市場の嗜好に合致したデザイン、メニュー構成に変更し、中国語圏からの訪日旅行者が特に興味を持つショッピング、食、桜の開花情報、現地で放送中のTVドラマのロケの舞台となった観光地の情報等を提供した。

【参考資料9 中国語ウェブサイトのトップページ】

(4)フォトライブラリーの拡充

地方自治体、観光関連企業等からの協力を得て、フォトライブラリー掲載画像の充実に努めた結果、画像数は前年度から600枚増加し、2,600枚となった(平成20年3月末時点)。その結果、画像のダウンロード数は前年度に比較して、壁紙用で68%、印刷用で43%の増加となった。フォトライブラリーでは海外の旅行会社、メディア、一般外国人が時間と場所を問わず、日本各地の観光地の画像をダウンロード出来る。

利用形態	利用件数
壁紙ダウンロード数	121,813件(177カ国・地域)
印刷用登録者数	2,295件
印刷用ダウンロード数	36,243件(74カ国・地域)

※海外からの利用件数のみを記載

上述の取り組みの結果、平成19年度のJNTOウェブサイトのアクセス数(ページビュー数:以降pv)は平成14年度実績(約1,958万pv)から約193%増の約5,733万pvとなり、平成19年度計画の数値目標である対平成14年度実績150%増を大幅に上回った。

◎ 数値目標の達成状況:ウェブサイトアクセス数(ページビュー数: pv数)

中期計画目標値 (増加率:pv数)	14年度実績 (pv)	18年度実績 (pv)	19年度実績 (pv)	14年度に対する 増加率
40%増(2,741万)	1,958万	4,440万	5,733万	193%増

【参考資料10 ウェブサイトの言語別アクセス数推移】

(5)メディア向け広報活動

旅行目的地としての「日本」の認知度を向上させ、訪日旅行意欲を醸成するため、次の事業を実施した。

事業の内容	実施件数	記事掲載・番組放映件数※
海外有力メディア関係者の招請・取材協力	249件	522件
海外事務所のニュースレター発行、情報提供、各種アレンジ等による訪日旅行情報の提供	208件 ※ニュースレター発行件数のみ	1,303件
VJC事業での招請・取材協力	17件	214件
広告費換算額合計		158.7億円

※ 記事掲載・番組放映件数は平成19年度中に掲載・放映を確認した件数である。

- ・ 各海外事務所におけるニュースレター発行等の情報提供活動、並びに有力メディアに対する訪日取材の働きかけ等の的確なセールス活動が奏功した結果、前年度を大きく上回る件数のメディアへの露出が実現した。(平成18年1,795件 → 平成19年 2,039件)

◎数値目標の達成状況:メディア広報事業

(訪日旅行に関する記事掲載、番組放映などの成果を、広告費に換算した金額)

年度	14年度実績	19年度目標	19年度実績
広告費換算額	28.2億円	87.1億円	158.7億円
基準年比	100	309	563

<平成19年度実績の内訳>

19年度実績	158.7億円
JNTO本部事業(メディア広報予算)	92.8億円
JNTO本部事業(海外プロモーション予算)	4.3億円
JNTO海外事務所独自事業	51.6億円
VJC事業	9.9億円

※海外事務所独自事業とはニュースレターの発行、情報提供、各種アレンジ等を意味する。

【参考資料11 メディア広報事業の代表的成果】

【参考資料12 メディア広報事業実績の内訳】

【参考資料13 シンガポール Media Corp Channel8 テレビ放送内容】

【参考資料14 海外事務所発行のニュースレターの例(シドニー事務所発行)】

【参考資料15 海外事務所別のニュースレター発行、セミナー、旅行会社招請、メディア招請の実施状況】

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(1) 官民パートナーシップで諸外国との競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動

>② 外国人旅行者の来訪促進に係る方策<

イ 訪日ツアーの開発・造成・販売に対する支援事業の実施

【中期目標】

世界の主要な市場国において、海外旅行会社による新しい魅力的な訪日旅行商品の開発・造成を支援するとともに、販売支援を行う。海外旅行会社への役務の提供等により開発・造成された訪日ツアーの設定本数等を50%程度増加させる。

【中期計画】

「ビジット・ジャパン・キャンペーン」と連携し、世界の主要な市場国・地域において、これまで旅行商品としての日本を取り扱っていない旅行会社に訪日ツアー（個人旅行者向けツアーを含む。以下同じ。）の新規開発を働きかけ、また、これまで訪日ツアーを扱ってきた旅行会社には、新たなセグメント（働きかけの対象の区分）を対象としたツアーの開発を働きかけることにより、訪日旅行の新たな流れを作り出し、新規需要及び波及効果を創出することを主な目的として、現地旅行会社による市場の特性に応じた新しい魅力的な訪日旅行商品の開発・造成を支援するとともに、販売支援を積極的に展開し、訪日ツアーの催行本数及び顧客数の増大を図る。

なお、機構の支援を受けて開発・造成・販売されたツアーは、いわばモデル事業、パイロット事業であり、その成功の結果を受けて、純然たるビジネスベースで海外の旅行会社により類似のツアーが造成・販売される等の波及効果が期待されるものである。

a 訪日ツアーの開発・造成の間接支援

訪日ツアーを企画開発する海外の旅行会社に対し企画提案を行うこと、必要な情報を提供する等により、ツアー開発・造成を促進、或いは既存のツアーの質の向上を図る。

b 訪日ツアー開発・造成の直接支援

海外の旅行会社に対し訪日ツアーの企画提案、情報提供を行うにとどまらず訪日視察旅行、商談等のアレンジ等、海外旅行会社の要請に応じて費用の一部の負担等のサポートを行うこと等により、機構が主体的に新たな訪日旅行商品の開発・造成を働きかける。

数値目標

海外旅行会社に対する訪日視察旅行、商談等のアレンジ等の直接支援により開発・造成された訪日ツアーについて、中期目標期間中に、平成14年度実績（種類数：56種、設定本数：1,343本、催行本数：773本、集客数：16,713人）と比較して、その種類数を50%程度、設定本数を50%程度、催行本数を50%程度及び集客数を50%程度、それぞれ増加させる。

c 訪日ツアー販売支援

インターネット、共同広告等により、訪日旅行商品の魅力を消費者にアピールするほか、市場の状

況に応じて、当該市場の旅行者において「日本」について十分に知識を有する販売要員を「Japan Travel Specialist」として認定、養成することにより、訪日旅行商品の販売を支援する。

【年度計画】

- ・ インバウンド・ツーリズム振興の公的な専門機関としての NTO(政府観光局)ブランドとネットワーク(海外事務所)を有効かつ最大限に活用し、世界の主要な市場国・地域の訪日ツアーの企画開発・造成・販売促進を推進する。
- ・ 世界の各主要国・地域における市場(訪日ツアー)ニーズに対応したツアー商品の企画開発・ツアー商品造成・販売促進を国内外の有力な事業パートナーと協力して事業展開する。
- ・ 平成19年度には、インド、ロシア、マレーシア、スペイン、イタリアなど、VJC重点市場国・地域以外の国・地域において出展事業等へ参加し、日本観光の魅力をPRする。

a 訪日ツアーの開発・造成の間接支援

訪日ツアーを企画開発する旅行会社に対し企画提案や有用な情報の提供等により、ツアー開発・造成を促進、あるいは既存のツアーの質の向上を図る。

b 訪日ツアー開発・造成の直接支援

旅行会社に対し訪日ツアーの企画提案、情報提供、訪日視察旅行、商談のアレンジ等の支援を行い、主体的に新たな訪日ツアーの開発・造成を働きかける。

なお、リピーターの増大等の環境変化に対応するため、訪日ツアーのテーマ、訪問先の多様化を目指す。

c 訪日ツアー販売支援

- ・ リテラーまたは訪日ツアー販売担当者に対しての現地セミナーや訪日研修旅行等の販売支援事業を拡充する。
- ・ インターネットウェブへの広告、雑誌・新聞への共同広告等の販売支援事業を拡充する。
- ・ 米国において認定・登録されている「Japan Travel Specialist(JTS)」に対する訪日ツアー販売支援策として、ニュースレター等を通じて、日本の最新情報や訪日ツアー商品情報の提供を従来以上に積極的に行う。さらに、ドイツなど他の市場における JTS 事業の拡大を図る。
- ・ 販売要員育成を目的として実施されているJNTOウェブサイトを活用した「e-ラーニング」事業を、拡充する。

数値目標

海外旅行会社に対する訪日視察旅行、商談等のアレンジ等の直接支援により、開発・造成された訪日ツアーについて、 destinations の多様化に努めるとともに、平成19年度は、平成18年度実績（VJC事業、その他受託事業も含む）と比較して、集客数を9.1%増加させる。

① 年度計画における目標値設定の考え方

訪日ツアーの開発・造成・販売に関する平成19年度数値目標の設定にあたっては、ビジット・ジャパン・キャンペーンの目標である平成19年の訪日外客数増加目標の9.1%増に合わせて、平成18年度実績9.1%増の316,052名とした。

② 実績値と取り組み状況

(1) 訪日ツアーの開発・造成の間接支援

- ・ 現地ツアーオペレーターへのコンサルティング活動、ツアー造成のヒントとなるような訪日旅行情報を記載したニュースレターの発行等を通じ、訪日旅行商品開発・造成に係る間接的な支援を実施した。
- ・ その結果造成されたツアーの件数及び送客数は、判明しているだけでも1,165件、15.8万人に達した（平成18年度実績：1,069件、13.9万人）。

(2) 訪日ツアー開発・造成の直接支援（数値目標を設定している項目）

- ・ 「YÔKOSO！ JAPAN トラベル・マート2007春」や「YÔKOSO！ JAPAN トラベル・マート2007秋」等へのツアーオペレーター招請、共同広告の実施、機構独自広告での訪日ツアー商品紹介、セミナー開催、旅行パンフレット作成支援、旅行見本市への出展等の事業を通じて、市場国ツアーオペレーターによる訪日ツアーの開発・造成を支援した。
- ・ アジア市場では、閑散期の需要喚起、旅行商品の多様化促進、航空路線の開設に合わせた地方訪問商品の造成等、各市場の事情に合致した事業を実施した。
- ・ 米国市場では、原油価格高騰等を背景に航空会社が日米間の座席供給量を減らす収益重視戦略を打出す中で、価格に左右されない富裕層を主要ターゲットとし、「JNTOウェブサイト上の情報発信」と「冬季閑散期プロモーション」を実施した。
- ・ 欧州市場では、海外旅行 destinations としての日本の認知度向上を図るため、現地有カツアーオペレーターとの連携を図り訪日ツアー造成に努めるとともに、訪日ツアー商品の販売促進のためインターネットを通じた旅行代理店販売員研修を強化した。
- ・ 豪州市場では、近年高揚する訪日スキー旅行需要の一層の喚起を目的として、旅行会社の訪日スキーツアー商品の販促に貢献した。
- ・ 平成19年度に機構の直接支援を通じて開発・造成された訪日ツアーによる集客数は、総計で336,187人であった。この実績は年度計画で掲げた数値目標（316,052人）を上回るものである。

◎ 数値目標の達成状況：平成19年度送客数(単位：人)

事務所名	総計	対前年 増加率
ソウル	73,398	2.6%
北京	9,842	21.0%
上海	12,201	-18.9%
香港	55,244	19.0%
バンコク	22,480	146.8%
シンガポール	57,155	42.7%
シドニー	11,542	259.8%
ロンドン	16,597	-33.9%
パリ	9,192	39.0%
フランクフルト	11,033	76.2%
ニューヨーク	9,443	10.1%
ロサンゼルス	31,977	-13.5%
トロント	16,083	26.9%
総計	336,187	16.1%

◎ <海外事務所別・主要事業別の集客実績(単位：人)>

事務所名	招請	共同広告	旅行博
ソウル	61,920	0	49,284
北京	0	0	0
上海	4,285	3,098	3,083
香港	21,249	10,358	32,107
バンコク	6,646	544	18,727
シンガポール	55,026	15,210	51,455
シドニー	616	0	2,676
ロンドン	15,170	640	2,293
パリ	8,959	0	2,818
フランクフルト	7,674	30	4,584
ニューヨーク	1,445	5,106	6,035
ロサンゼルス	16,915	23,529	24,134
トロント	8,814	11,404	6,398
合計	208,719	69,919	203,594

※ 複数の事業の結果、集客に結びついた場合、同一実績が複数の事業にカウントされる。このため、数値目標の達成状況の数値とは一致しない。

<事例紹介1 韓国からの日本ハネムーン促進事業>

韓国人の海外ハネムーン目的地の大半は東南アジアのビーチリゾートだが、目的地の多様化、十分な時間が取れない、日本マニアが多いなどの理由から、日本へのハネムーン需要が芽生えつつある。ハネムーン商品は、一般商品に比べて高額なため、ハネムーン目的地として、沖縄、ハウステンボスを中心とした九州北部、関西(USJ)、関東(TDR)、北海道、及び温泉旅館を使ったハネムーン等をアピールし、需要取り込みを図った。

【事業プロジェクト】※Pはプロジェクトの意味。

P1: 旅行会社招請及び商談会・視察

「YÔKOSO! JAPAN トラベルマート春」の一環として実施される地方視察事業に招請し、関西地方の視察、商談会を実施。

P2: 旅行会社ウェブサイトへJNTO広告を掲載

日本ハネムーン商品取扱社4社のウェブサイトにJNTO広告を掲載。

P3: 販促グッズ配布

「JNTOロゴ入り旅行ポーチ」を製作、旅行会社に配布し一般消費者への販促グッズとして活用。

P4: 韓国語サイトのハネムーンコーナー改訂

既存の沖縄情報に加え、北海道、東京、関西、九州の各エリアに旅館ハネムーンのコーナーを追加。ハネムーン目的地としての魅力紹介とハネムーンモデルコースを掲載。

P5: 旅行会社招請及び商談会(9月)商談会・視察

「YÔKOSO! JAPANトラベルマート秋」の一環として実施される地方視察事業に招請し、北海道地方の視察、商談会を実施。

【実績】

ツアー造成本数: 40本

ツアー設定本数: 1,754本

ツアー催行本数: 1,655本

ツアー集客数: 3,580名

集客目標数(達成率): 600人(596%)

<事例紹介2 中国における産業観光・グリーンツーリズム等を訴求テーマとする閑散期需要喚起事業>

中国では10月末から旧正月前までの期間、企業及び公務員の海外視察旅行が増加する。訪日旅行の閑散期である10月中旬～1月の視察旅行需要の喚起を目的として「産業観光・グリーンツーリズム等を訴求テーマとする閑散期需要喚起事業」を実施した。

【事業プロジェクト】※Pはプロジェクトの意味。

P1: 施設情報収集

日本の産業観光・グリーンツーリズム等の施設情報収集。

P2: イベント情報の発信

中国側旅行会社に日本のコンベンション・イベント情報を、毎月1回送付。

P3: 旅行会社ヒアリングの実施

有力旅行会社に事業への参加意思をヒアリングし、パートナー旅行会社を決定。

P4: 旅行会社用資料作成

P1で入手した情報を基に、公務旅行を対象に日本の地方振興施策をまとめた「まちづくり」編と、商務・公務旅行の双方で活用できる産業観光・グリーンツーリズムの施設を紹介する「ものづくり」編を各500部制作。

P5: ウェブコンテンツの作成

「ものづくり」編の248施設をHTML化し、JNTOウェブサイトで公開。

P6: メディア招請

コンベンション専門誌「MICE CHINA」の記者2名を招請し、産業観光・グリーンツーリズム施設を取
材してもらった。12月号に20頁の日本特集が掲載された。取材にあたり、東京観光財団、大阪観光コ
ンベンション協会の協力を得た。

P7: 説明会開催

青島、大連、瀋陽、天津の旅行会社29社の企画担当者43名を対象に、P4で作成した資料を活用
し、訪日視察旅行の造成手法や視察に合った施設についてセミナーを開催。

【実績】

ツアー造成本数: 148本

ツアー設定本数: 148本

ツアー催行本数: 148本

ツアー設定期間: 2007年10月～12月

ツアー集客数: 2,881人

集客目標数(達成率): 650人(443%)

<事例紹介3 香港における「Fun&Relax in Japan」をテーマとした訪日ツアー多様化促進事業>

面積が狭く、競争が激しいストレス社会の香港では、海外旅行に求められる要素の1つが癒し
(Relax)である。加えて、訪日旅行には、ショッピングに代表される楽しさ(Fun)も求められる。さら
に、約75%が訪日経験者であるため、訪日旅行市場の一層の拡大には、新しく多様なツアー商品の
選択肢を提供していく必要がある。

そこで、香港の旅行会社に対し、条件を満たした訪日ツアーの造成を促進するための材料を提供
し、商品の多様化促進に取り組んだ。同時に今まで共同の事業展開が少なかった FIT取扱い旅行会
社を含む合計15旅行会社との連携をはかり、訪日旅行の裾野拡大をはかった。

さらに、販売員研修を支援することで、訪日旅行商品販売力の強化をめざした。

【事業プロジェクト】※Pはプロジェクトの意味。

P1: 新規旅行素材の情報提供

ニュース発信、セールスコール等により旅行素材情報を提供した。

P2: 訪日旅行商品の認知度向上・販売支援ウェブキャンペーン

JNTOウェブサイトや旅行会社の広告で、「Fun&Relax」をテーマとした訪日旅行商品購入者に対し、
ギブアウェイを提供するキャンペーンを実施。

P3: 旅行会社販売員研修

訪日旅行ガイドブックを教材として、15旅行会社の販売員に対して研修を実施。

P4: ウェブサイトによる情報発信

15旅行会社が企画した訪日ツアー商品をJNTOウェブサイト上で紹介し、訪日旅行商品の多様性をP

Rした。

【実績】

ツアー設定本数：1,094本

ツアー催行本数：749本

ツアー集客数：7,441人

集客目標数(達成率)：6,600人(113%)

<事例紹介4 タイにおける旅行商品造成の多様化を目的としたツアー造成・販売支援事業「九州・中四国プロモーション」>

バンコクエアウェイズの広島、福岡乗入れに伴い、タイ国内メディアで広島、福岡が取り上げられる機会が増加した。これを好機と捉え、九州・中四国地方へのツアー造成・販売支援事業を実施した。

【事業プロジェクト】※Pはプロジェクトの意味。

P1：九州・中国・四国地方の紹介パンフレット作成

P2：旅行会社対象セミナー開催

P1で作成したパンフレットを基にバンコク市内で開催。

P3：販促グッズ提供

販売支援のため、Tシャツを作成し旅行会社に提供。

P4：ツアー造成・ファムトリップ

エージェント6名、メディア2名を招請。

P5：旅行フェア販売支援事業

旅行フェア「Discovery World」出展旅行会社にP1の資料を提供。

P6：広告販売支援事業(共同広告)

九州・中四国等のツアー販売を目的とする共同広告をタイ字紙「Daily News」に掲載。

【実績】

ツアー設定本数：75本

ツアー催行本数：34本

ツアー設定期間：2007年4月1日～2008年3月31日

ツアー集客数：1,512人

集客目標数(達成率)：1,000人(151%)

<事例紹介5 アメリカにおける訪日スキーツアー促進・包括事業>

冬期閑散期の需要喚起を目的として、スキー専門見本市への出展、スキークラブリーダー向けセミナーを実施した。さらに、スキークラブ幹部やジャーナリストを招請するファムトリップの実施、スキー旅行の宣伝ツール作成により、日本のスキーリゾートに対する認知度の向上を図った。

【事業プロジェクト】※Pはプロジェクトの意味。

P1：「Mountain Travel Symposium」への出展および共同セミナー事業

世界中からスキー旅行関係者が集結する「Mountain Travel Symposium」に出展するとともに、訪日商品を販売しているHST社及びランドオペレーターのJSH社と共同で米国スキークラブ旅行リーダーを対象に朝食セミナーを実施した。

P2: ファムトリップ招請事業

HST社との共同で、日本ツアーに関心のあるスキークラブ幹部10名及び「National Ski Newsletter」エディター1名を長野県白馬と北海道ニセコのスキー場視察に招請した。また、スキー+αの旅行者増加を目的として、高山及び白川郷の視察を行った。

P3: スキーパンフレット作成事業

2006年度にシドニー事務所が制作したスキーパンフレット「Snow'n Japan」を基に、米国マーケットにあわせた情報改訂を実施し、2,000部制作した。また、「Mountain Travel Symposium」でのセミナー用にギブアウェイを制作した。

【実績】

ツアー催行本数: 8本

ツアー集客数 : 380人

集客目標数(達成率): 250人(152%)

<事例紹介6 米国におけるダイビング博出展事業及びダイビングツアー販売支援事業>

米国内で高所得者層に人気の高いダイビング需要に焦点を当て、ニッチ市場開拓を目的として、ダイビング博への出展とメディア招請を実施した。

【事業プロジェクト】※Pはプロジェクトの意味。

P1: ダイビング専門見本市「DEMA 博」出展事業

全米のダイビング業界関係者が一堂に集結する「DEMA 博」に出展し、沖縄観光コンベンションビューロー、在沖縄米国系ダイビングショップ、沖縄へのダイビング旅行商品を販売する在米旅行会社とともに、ダイビングデスティネーションとしての沖縄を紹介し、需要喚起を図った。

【実績】

来場者数: 約10,000名(内日本ブース来訪者: 約2,500名)

P2: ダイビングツアー販売支援事業

新規需要開拓を図るため、有カダイビング雑誌編集者と写真家及びダイビングツアーのガイドを沖縄に招請した。

【実績】

掲載媒体「Island Magazine」2007年9月号

「Sport Diver」2007年10月号

ツアー催行本数: 20本

ツアー集客数 : 64人(平成19年11月～平成20年3月の実績)

<事例紹介7 米国における「京都ウインター・スペシャル」キャンペーンとの連携>

米国市場における閑散期訪日需要喚起策として、京都市が2007年11月から2008年3月まで実施した「京都ウインター・スペシャル」と連動してJNTO北米サイト上で「サイトトップページへの画像掲載」、「FIT用マイクロサイトでのキャンペーン紹介」、「京都ツアーの紹介」、「京都市ウェブ・サイトとのリンク設定」を実施した。

<事例紹介8 フランスにおける有力旅行会社への廉価訪日ツアーの商品開発・販売支援事業>

フランスの旅行会社3社(Voyage Auchan社、Maison de la Chine社、Asia社)の訪日旅行商品の開発・販売にパリ事務所が協力した。

【事業プロジェクト】※Pはプロジェクトの意味。

P1: 共催ファミトリップの実施

Maison de la Chine社の販売担当者及び企業委員会福祉担当者、Asia社のリテラー、販売員、旅行業界紙編集者等、合計34名を招請した。

P2: ツアーフライヤー、カタログへの機構広告掲載

ツアーフライヤーをフランス全土で122店舗があるスーパーAuchan店頭で配布するとともに、同社優良顧客へダイレクトメール180,000部を送付した。また、Maison de la Chine社のツアーカタログ22,000部へ機構の広告を掲載した。

P3: 日本特集E ニュースレターへの広告掲載

Voyage Auchan社が顧客宛に送信するE ニュースレター17万通に機構の広告を掲載した。

【実績】

ツアー設定本数: 413本

ツアー催行本数: 400本

ツアー集客数: 1,632人(平成20年3月末時点の実績。平成20年度も継続)

集客目標数(達成率): 1,771人(92%)

(3) 訪日ツアー販売支援

訪日ツアーを販売する旅行会社に対し、セミナー及びeラーニングによる訪日旅行研修、並びに広告掲載、パンフレット作成支援、映像資料の貸与等を実施し、訪日ツアー商品の販売を支援した。

<事例紹介1 シンガポールにおける旅行会社個別支援事業>

平成18年5月に業務を開始したシンガポール事務所が初めてプログラム事業を実施した。商品造成能力の高いシンガポールの旅行会社に支援を行い、訪日旅行を促進した。

【事業プロジェクト】※Pはプロジェクトの意味。

P1: エージェントの年間販売・広告計画調査

現地旅行会社への年間支援計画策定に当たって、自社フェア、旅行見本市「NATAS」での販売計

画、年間広告キャンペーン等について、市場調査を実施した。

P2: シンガポールで上映される日本映画を使った旅行地の PR 及び旅行商品の販売支援
シンガポール市内の映画館で、訪日プロモーションを実施。

P3: 印刷物支援事業

旅行会社のパンフレットに対し支援を実施。

P4: 旅行フェア出展支援事業

年2回の旅行見本市「NATAS」出展、自社フェア開催時にギブアウェイ、資料提供等を実施。

P5: 新規パイロット事業支援

新デスティネーション、または新企画商品に対して広告支援、ギブアウェイ提供を実施。

【実績】

20,482名(平成19年度下半期の集客数)

集客目標数(達成率): 1,300人(1,576%)

<事例紹介2 英国における Japan Travel Specialistの導入>

ロンドン事務所は、英国内において販売員を対象とする研修セミナーを実施してきたが、より多くの販売員に対して研修を行うため、e-ラーニングシステムによるJapan Travel Specialist(JTS)認定制度を平成19年9月に導入した。

【事業プロジェクト】※Pはプロジェクトの意味。

P1: e-ラーニング事業対応システムの確立

P2: e-ラーニング修了者用ステッカーの作成及び配布

P3: 旅行業界誌における告知広告の実施(ABTA Magazine)

P4: e-ラーニング告知用ツール(マウスパット・しおり)の作成及び配布

【実績】

平成19年度受講者: 256名

Japan Travel Specialist(JTS)認定者: 109名

<事例紹介3 ドイツにおけるJapan Travel Specialist(JTS)の拡充及び大手旅行会社発行月刊誌での日本特集号の発行>

前年度に導入したJapan Travel Specialist(JTS)において第二コース「Japan preiswert(お得な日本)」を5月に、第三コース「Japan entspannt(日本でリラックス)」を8月にそれぞれ開始し、学習プログラムの内容を拡充した。

さらに大手旅行会社Dertour社と連携し、同社販売網の活用と同社傘下の旅行代理店販売員の訪日旅行に対する理解促進を図るため、同社が発行する販売員向け月刊誌「OnTour」(発行部数約20万部)において日本特集号(15ページ)を発行した。特集内容には、同社専属のコピーライターによる日本の観光魅力の紹介、同社ツアー造成担当者の訪日経験談、機構が実施している e-ラーニングシステムの案内、ボランティアガイドやショッピング情報の紹介などを盛り込んだ。

【実績】集客数 1,230名

【参考資料16 ドイツでの Japan Travel Specialist(JTS)の画面】

＜事例紹介4 アメリカにおけるJTSプログラム登録者の拡大＞

平成20年1月1日から3月31日までの期間、JTS登録者の一層の増加を図った。事務所発行のニュースレターや見本市・商談会出展時にJTSプログラムの広報を行うとともに、VJCの一環として実施した優良リテラー向けセミナーやリテラー向け雑誌広告においてもJTSプログラムを紹介した。

【実績】

JTS認定者数： 1,000名から1,410名に増加。

＜事例紹介5 訪日ツアー販売担当者に対する現地セミナーの実施＞

VJC事業と連携して旅行会社の販売員等を対象に、海外事務所が販売支援を目的としたセミナーを開催した。本年度は特に中国、タイ、フランス、ドイツ、米国でのセミナー開催に注力した。中国では、セミナー開催地を訪日団体観光旅行が解禁間もない省を中心に、上期は主に訪日旅行の基本事情の習得を目的として、下期は中級の内容で開催した。タイでは、今後の送客が期待出来る京阪神・中部・東北の紹介を中心に実施した。フランスでは、訪日旅行気運の高まりを受けて、訪日旅行の魅力を分かり易く紹介するセミナーを前年度に引き続き開催した。米国では、再登録更新を行ったJTSを含む販売員に対し、基本事情に加え、日本の旅行会社と連携して訪日旅行の促進に資するツアー商品やサービス内容を説明した。更に、高級リテラーネットワーク加盟の旅行代理店販売員に対して、オンラインを通じたセミナーを開始した。

【実績】

＜市場別セミナー開催数及び受講者数＞

	セミナー回数	受講者数
中国	10	551
香港	1	152
タイ	6	497
豪州	4	208
英国	3	45
フランス	14	1,347
ドイツ	19	999
米国	33	1,539
カナダ	3	30
合計	93	5,368

【参考資料15 海外事務所別のニュースレター発行、セミナー、旅行会社招請、メディア招請の実施状況】

(4)VJC重点市場以外の国・地域での出展事業への参加

＜事例紹介1 イタリアの旅行見本市「TTG incontri Rimini 2007」へ出展＞

2007年10月12日～14日にイタリアの旅行業界向け有力旅行見本市「TTG incontri Rimini 2007」へ日本航空と共同で出展した。イタリアは欧州第5位の訪日旅行市場で、2005年以降、訪日客数に占める観光客の割合が過半数に達し、今後も成長が期待される市場である。

＜事例紹介2 スペインの旅行見本市「Feria Internacional de Turismo(FITUR)」へ出展＞

2008年1月30日～2月3日にスペインで開催された欧州第2の規模を誇る国際旅行見本市「Feria Internacional de Turismo(FITUR)」へ日本航空、東京都等と共同で出展した。見本市へはスペインを中心とする欧州、南北米州の旅行業界を中心としたキーパーソンを含む25万6千人が入場した。

＜事例紹介3 ロシアの旅行見本市「INTOURMARKET(ITM) 2008」へ出展＞

2008年3月15日～18日にロシアの海外旅行見本市「INTOURMARKET(ITM) 2008」へ日本航空等と共同で出展した。入場者数は7万8千人であった。

＜事例紹介4 マレーシア、インドの旅行見本市出展への協力＞

マレーシア、インドで開催された次の旅行見本市へのVJC事業での出展に協力した。

- ・ 「South Asia Travel & Tourism Exchange 2007」 2007年4月19日～22日
入場者数3,050人
- ・ 「MATTA」 2007年9月7日～10日 入場者数 70,000人
- ・ 「Outbound Travel Mart Mumbai 2008」 2008年2月9日～11日 入場者数11,638人

(5)その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

観光交流年記念事業として次の事業を実施した。

＜事例紹介 日加観光交流年セレモニー事業＞

4月18日のトロント・ブルージェイズ対ボストン・レッドソックス戦において、始球式の実施、バックスクリーンでの訪日観光PR映像の放映、メディアを球場へ招待しての日本観光記事執筆の働きかけ等を実施した。その結果、トロント最大の発行部数を誇る英文日刊紙「Toronto Star」に中山道の記事が掲載された。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(1) 官民パートナーシップで諸外国と競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動

>③ 外国人旅行者の受入体制の整備支援事業<

【中期目標】

国内の地方自治体等の関係者と連携し、地域の特性や固有の観光資源・魅力を損なうことなく、外国人旅行者の受け入れに係る諸要素（観光情報提供、外国語表示、各宿泊施設・観光施設におけるサービス）の整備・改善の支援を進める。

【中期計画】

訪日外国人旅行者の増大を着実に図っていくためには、国内における外国人旅行者の受入体制の整備を図り、旅行目的地「日本」の観光魅力の国際競争力を高めることが不可欠である。受入体制の整備は、外国人旅行者が日本に到着し、出国していく間に、何らかの形で関わりをもつ全ての機関に関係する課題であり、第一義的には、訪日外国人旅行者を受け入れる地方公共団体、民間事業者等外国人旅行者と直接接する主体が取り組むべき課題である。

その中で、機構は、直接自らが行う訪日外国人旅行者に対する観光情報提供業務を行うこと以外は、主に地方公共団体、民間事業者等が行う受入環境整備に対する支援を行うことを使命とする。外国人旅行者の来訪促進事業の専門機関である機構は、そのノウハウを活用し、国、地方自治体及び観光関連事業者との連携のもと、地域の特性や固有の観光資源・魅力を損なうことなく、僅かな工夫・努力で、最大のホスピタリティーが発揮されることを目指して、観光案内所の運営、サポートセンター（地方自治体等が運営する、基本的に外国人対応可能な観光案内所である全国の「i」案内所における、韓国語、中国語等による対応能力を補強するために、機構が電話、Fax、Eメールを活用して案内支援、情報提供するもの）による外国人旅行者への電話対応等の地方観光案内所の運営支援、各地の観光施設における外国語表示の充実支援、宿泊施設、観光施設における外国人旅行者対応能力の向上等の受入体制の整備（グローバル・スタンダード化）を支援することとする。

数値目標

全国の「i」案内所（平成15年10月1日現在115箇所）について、指定要件を見直すとともに、韓国語、中国語及び英語による電話問い合わせに対するサポートサービスや全国各地を案内するサポートサービスの開始など、案内所の支援機能を充実することによって、提供するサービスレベルを維持しつつ、中期目標期間中に10箇所程度増加させる。

【年度計画】

訪日外国人旅行者に対する利便性をさらに向上させるため、全国各地にある外国人対応が可能な観光案内所ネットワークの呼称を、「i」案内所から外国人歓迎をイメージする「ビジット・ジャパン案内所（英文名：Visit Japan Information Network）」へ変更し、外国人旅行者対応能力の向上のために、外部講師による講演、接遇マニュアルの配付等を行い案内所の機能向上を図る。

ネットワーク拡大のため、各地の観光案内所、“YÔKOSO! JAPAN WEEKS”期間中に「YÔKOSO! JAPANデスク」へ参画した宿泊施設を中心に、「ビジット・ジャパン案内所」への参画を積極的に働きかける。

さらには、外国人旅行者が容易に「ビジット・ジャパン案内所」の場所が分かるよう、JNTOウェブサイトの観光地情報に案内所の所在地を表示したり、海外事務所での情報発信やリーフレットをさらにわかりやすくリニューアルしたり等の方策を講じる。

平成18年度に引き続き、ツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)の業務を成田空港(2箇所)及び関西空港において外国人旅行者案内業務を行っている(財)国際観光サービスセンターに委託することにより、これらの案内所が緊密に連携し、一層充実した案内業務が実施できるようにする。

数値目標

平成18年度末で全国に155箇所(2007年3月末日現在)ある「ビジット・ジャパン案内所」について、平成19年度は80箇所程度増加させることを目標に取り組むこととする。

①年度計画における目標値設定の考え方

平成18年度に設定した指定目標100箇所のうち、未達成となった箇所数を19年度の目標値とした(80箇所程度増)。

②実績値と取り組み状況

(1)ビジット・ジャパン案内所(以下「V」案内所)

- ・平成19年度は、訪日外国人旅行者の受入体制をより強化するため、案内所が必要なところに必要なサービスを行うことを念頭において、「V」案内所の拡大を図った。
- ・既存の観光案内所だけでなく、主要駅、空港、港、道の駅、宿泊施設、商業施設等へ幅広く「V」案内所ネットワークへの参加を呼びかけるとともに、「V」案内所登録にかかる経費負担の軽減を図った結果、「V」案内所として60箇所を登録し、合計では、平成18年度比38.7%増の215箇所となった。
- ・本来、外国人観光客を案内するにあたり望ましい、あるいは設置を必須とすべき場所について、地方運輸局・地方自治体等を独自に訪問し、案内所設置の意義・効果等をPRし、勧誘への協力を求めた。
- ・国土交通省が中心となって実施した「YÔKOSO! JAPAN WEEKS 2008(平成20年1月20日～2月29日)」の期間中、799箇所を「YÔKOSO! JAPAN デスク」に指定した。
- ・「V」案内所の外国人旅行者対応能力向上を目的として、外部講師・機構職員が講師を務める研修会の開催、新たに「V」案内所となった施設への接遇マニュアルの配付等を行った。研修会は従来、東京で年1回の開催であったが、今年度は参加者の利便性を配慮し、東京での開催に加え、関西でも開催し、合計2回開催した。
- ・JNTOウェブサイトの観光地情報に「V」案内所の所在地情報を追加した。

＜平成19年度の「V」案内所指定実績＞

鹿児島空港観光・総合案内所	4月1日	阿寒観光案内所	10月2日
山中湖観光案内所	4月1日	旅荘 かわぐち	10月9日
旭川観光情報センター	4月1日	魚敏旅館	10月16日
北海道さっぽろ観光案内所	4月23日	旅館 松前	10月31日
いかわ旅館	4月23日	株式会社よし！ツアー	11月1日
大佛旅館	6月14日	富良野・美瑛広域インフォメーションセン	11月1日
富士屋ホテル	6月18日	富良野国際観光センター	11月1日
観光プラザ天神	6月19日	月乃家山荘	11月7日
ASO 田園空間博物館総合案内所	7月4日	MIHO MUSEUM	11月19日
ホテルニューオータニ ゲストリレーションズ	7月6日	佐渡観光情報案内所	12月3日
旅館富士	7月6日	B&Bペンションはこだて村	1月11日
旅館京らく	7月6日	旅館 名龍	1月11日
ビジネス旅館山水	7月6日	萩市観光協会	1月22日
運輸	7月9日	ホテル ひので屋	2月7日
中蘆旅館	7月20日	旅館 弁天閣	2月7日
アネックス勝太郎旅館	7月20日	新千歳空港駅JRインフォメーションデスク	2月20日
旅館静観荘	7月24日	アネックス タートル ほとり庵	2月20日
旅館勝太郎	7月26日	登別観光案内所	2月21日
鳴子観光・旅館案内センター	8月7日	旅館 山水荘	3月5日
元箱根ゲストハウス	8月7日	ホテル 福田屋	3月5日
桜旅館	8月17日	プチ旅館 いちふじ	3月10日
米長旅館	8月29日	民宿 たんぼぼ	3月10日
ホテル末広	8月29日	佐渡シーサイドホテル	3月10日
関西観光情報センター	8月31日	アルパイン ミズシロ	3月14日
洞爺湖観光総合案内所	9月12日	旅館 清龍	3月21日
ヴィラ・アルペン	9月13日	旅館 清風荘	3月21日
ひだホテルプラザ	9月18日	いずみ荘	3月21日
洛頂旅館	9月21日	伊勢河崎星出館	3月28日
下田市観光協会	9月27日	さぬきや旅館	3月31日
下田市観光協会駅前案内所	9月27日	駒鳥山荘	3月31日

※色のついたセルは観光案内所以外の施設(宿泊施設等)である。

※太枠は外国人を積極的に受け入れている旅館組織「ジャパニーズ・イン・グループ」の会員旅館。合計で37件。

◎ 数値目標の達成状況:「V」案内所指定数

中期目標 期間中 増加目標	平成15 年度 指定実績	平成16 年度 指定実績	平成17 年度 指定実績	平成18 年度 指定実績	平成19 年度 指定実績	中期目標 期間中 増加実績
10箇所	2箇所	6箇所	11箇所	26箇所	60箇所	100箇所 [※]

※平成15年度は、2箇所(岩手県観光協会・山口県観光案内所)が指定されたが、既に指定を受けていた3箇所(札幌市観光協会・洲本市観光協会・伊万里観光協会)が、外国語の対応が困難となり、予算上の理由から指定解除となった。16年度に6箇所、17年度に11箇所、18年度に26箇所、19年度に60箇所指定となったが、18年度に新千歳空港総合案内が運営主体解散のため、札幌国際プラザビジターズインフォが案内所閉鎖のため脱退し、増加実績としては、2箇所-3箇所+6箇所+11箇所+26箇所-2箇所+60箇所=100箇所となる。

(2) 数値目標が未達成となった理由と今後の取り組み

- ・ 外国人を積極的に受け入れている旅館組織「ジャパニーズ・イン・グループ」の会員旅館等を中心に勧誘し、平成15～18各年度の実績を大幅に上回る60箇所の指定実績をあげたが、数値目標80箇所程度は達成出来なかった。勧誘先が参加を断る理由は、「外国語対応スタッフが不足している」、「指定時の経費負担が出来ない」等である。
- ・ 「V」案内所のより一層の拡充を図るため、国や自治体等との連携を強化する。また、国土交通省と連携して、特に顕著な功績のあった「V」案内所の取組を奨励することで、案内所職員や設置者の今後の活動を後押しするとともに、成功事例を広くPRして地域における受入体制の向上を図る。
- ・ 観光立国推進基本計画に掲げられている「平成23年度までにビジット・ジャパン案内所の数を300箇所とする」目標の実現に向けて、国土交通省と協力の下、大手ホテルグループ、地方自治体・観光協会、空港施設、日本百貨店協会等に参加を勧誘する。

【参考資料17 ビジット・ジャパン案内所とは】

【参考資料18 ビジット・ジャパン案内所の所在地】

(3) ツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)の運営

周辺の駅(有楽町、銀座、東京駅等)、交番、ホテル、量販店等52箇所で TIC アクセス案内チラシを配布し(平成17年11月開始)、JR 有楽町駅、東京メトロ銀座・有楽町・日比谷各駅で TIC 所在案内ポスターの掲示を行なった(平成18年11月開始)。その結果、TIC 来訪者数は平成18年度比9.9%増の37,281人となった。

	平成18年度	平成19年度	対前年度比
来訪者数	33,922	37,281	9.9%
(うち質問者数)	(29,033)	(32,440)	11.7%
電話による照会件数	5,546	4,104	-26.0%
手紙による照会件数	134	110	-17.9%
合 計	39,602	41,495	4.8%

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(1) 官民パートナーシップで諸外国との競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動

>④ 国際コンベンション等の誘致・支援事業<

ア 国際コンベンション及びインセンティブ旅行の誘致

イ 誘致が決定したコンベンションの開催準備

【中期目標】

ア 国際コンベンションの誘致に当たっては、地方自治体・民間事業者のニーズを把握し、地方のコンベンション推進機関と連携して、常に誘致働きかけ対象を蓄積するとともに、きめ細かく管理し、効率的・効果的な誘致事業の実施に努める。

また、インセンティブ旅行(企業報奨旅行)については、日常的に海外における企業の情報を収集することにより、焦点を絞った誘致活動を重点的に行っていく。

イ 誘致が決定したコンベンションの開催の準備を円滑に進めるため、人材育成、寄附金募集・交付金交付制度の運営等の支援事業を積極的に実施する。

また、寄附金募集・交付金交付制度について、交付対象となる国際会議等の要件、申請手続き等の周知を図るとともに、運営の効率化を進め利便性を高める。

【中期計画】

ア 純然たる観光目的での訪日旅行に比べて訪日外国人旅行者1人当たりの地域経済波及効果が大きいとの試算がある国際コンベンションの誘致に当たっては、コンベンション開催地決定までの期間が数年に及ぶことから、地方自治体・民間事業者のニーズを把握し、地方のコンベンション推進機関と連携して、常に誘致働きかけ対象を蓄積するとともに、きめ細かく管理し、誘致事業の実施に努める。他方、インセンティブ旅行(企業報奨旅行)については、参加者1人当たりの消費額も一般観光旅行に比べて高くなる傾向にあるため、見込まれる経済効果も大きくなるとともに、キーパーソンに対し効果的な働きかけを行えば、比較的短期間に決定することから、日常的に海外における企業の情報を収集することにより、我が国との観光、ビジネス等の交流が密接なアジア地域、特に韓国、香港、シンガポール、台湾に焦点を絞った誘致活動を重点的に行っていく。

また、効率的な誘致活動を展開するため、地方のコンベンション推進機関の人材育成に努める。

さらに、ロンドン、ニューヨーク、ソウルの3海外観光宣伝事務所における誘致体制の見直しを行い、より機能的かつ効率的に誘致活動を展開できるように、3事務所での情報の共有、要員の運用の弾力化等を図る。

イ 誘致が決定したコンベンションの開催の準備を円滑に進めるため、人材育成、寄附金募集・交付金交付制度の運営等の支援事業を積極的に実施する。特に、機構の運営する寄附金募集・交付金交付制度は、国際コンベンションの開催コストの低減に資するのみならず、資金管理を効率的に処理することにも役立つものであるので、国際コンベンション主催者による活用を促進するため、交付対

象となる国際会議等の要件、申請手続き等の周知を図るとともに、運営の効率化を進め利便性を高める。

数値目標

会議開催の決定権者の招請事業の実施等直接的に機構が誘致に関与した結果、誘致に成功した国際会議等（機構の定める基準に合致する国際会議及びインセンティブ旅行）を、平成14年度実績（67件）と比較して、中期目標期間中に35件、50%程度増加させる。

【年度計画】

ア 国際会議・インセンティブ旅行の誘致活動強化

政府の掲げる国際会議開催件数に関する数値目標の達成に向け、国、関係機関等と連携して誘致に取り組む。平成19年度は以下のような施策に重点をおく。

- ・ 誘致の対象とする国際会議を絞りこみ、個々の案件が抱える課題を抽出し、きめ細かい対応ができるようにする。特に他国との誘致競合が予想されるものについては、国土交通省、日本の会議主催者及び関係都市・コンベンション推進機関等と連携して誘致に取り組む。
- ・ 会議・宿泊施設、支援内容、交通アクセス、観光魅力等に関する情報を分析し、都市の会議受入能力に対応した誘致施策を展開する。
- ・ インセンティブ旅行の誘致強化のために、従来収集してきた情報に加え、各都市固有の観光施設、体験メニュー、企画・演出等の情報の収集に努める。

イ VJC事業との効果的な連携

平成19年度よりVJC事業として行われるコンベンション誘致関連事業に積極的に参画する。出展事業に関しては、VJC事業とJNTO事業の連携を図ることで日本の存在感をアピールするとともに、相乗効果を高める。

ウ コンベンションの開催支援

国際会議観光都市のコンベンション推進機関に対する人材育成、会議開催情報等の提供、会議主催者に対する寄附金募集・交付金交付制度の運営等の支援事業を実施する。

数値目標

会議開催決定権者の招請事業の実施等の結果、誘致に成功した国際会議及びインセンティブ旅行（機構の定める基準に合致する国際会議及びインセンティブ旅行。VJC事業を含む。）を、平成19年度は国際会議を70件、インセンティブ旅行を274件とする。

① 年度計画における目標値設定の考え方

国際会議、インセンティブ旅行ともにビジット・ジャパン・キャンペーンが掲げる平成19年の訪日外客数増加目標の9.1%増に合わせて、平成18年度計画の数値目標(国際会議64件、インセンティブ251件)の9.1%増で設定した。

② 実績値と取り組み状況

(1) 数値目標に対する実績値

- 平成19年度に、国際会議70件、インセンティブ旅行378件(平成14年度実績：国際会議51件、インセンティブ旅行16件)の誘致に成功した。国際会議、インセンティブ旅行ともに数値目標を達成した。
- 平成19年度に誘致に成功したインセンティブ旅行による来日予定人数は39,830人にのぼる。

◎ 数値目標の達成状況：国際コンベンション、インセンティブ旅行の誘致成功件数

平成14 年度実績	平成15 年度実績	平成16 年度実績	平成17 年度実績※	平成18 年度実績※	平成19 年度目標	平成19 年度実績※
67件 国際会議 51件 インセンティブ 16件	77件 国際会議 53件 インセンティブ 24件	126件 国際会議 58件 インセンティブ 68件	390件 国際会議 60件 インセンティブ 330件	461件 国際会議 65件 インセンティブ 396件	344件 国際会議 70件 インセンティブ 274件	448件 国際会議 70件 インセンティブ 378件
基準年 =100	114.9	188.1	582.1	688.1	513.4	668.7

※ 平成17、18年度の実績は、国際会議はJNTO事業のみの実績。インセンティブ旅行は、JNTO事業とVJC事業の合計実績。平成19年度の実績は、国際会議、インセンティブ旅行ともに、JNTO事業とVJC事業の合計実績。

(2) 取り組み状況

国土交通省が中心となって推進している国際会議の開催・誘致推進による国際交流拡大プログラムの一環として、重要な国際会議の誘致に際しては、従来の開催自治体首長名の会議招請状や機構理事長名の招請状に加え、機構、国土交通省と主催者による緊密な連携の下、国土交通大臣又は関係省庁の大臣による会議招請状の発出、外務省の在外公館の協力による情報収集及び誘致支援活動や現地大使による会議招請状の発出、投票権者への働きかけ等、国を挙げての誘致の取り組みを行い、成果を挙げた。

ア 国際会議・インセンティブ旅行の誘致活動強化

国際会議・インセンティブ旅行誘致を目的としてキーパーソン招請、セミナー、見本市への出展等を行った。これらの事業に参加した国際会議観光都市に対しては、機構の各都市担当者が頻繁に

連絡を取り、担当都市の特性(規模、地理的条件、大学や産業の立地、歴史、文化、観光資源、コンベンション施設、宿泊施設、アクセス等)を把握するとともに、各都市の事情を踏まえたコンサルティング等のフォローアップを行った。また、インセンティブ旅行の誘致事業を実施する際には、誘致に大きな効果を発揮する各都市のユニーク施設や文化体験プログラム等の情報や開催支援策を、海外のバイヤー側に提供することで、事業成果の向上に努めた。

<海外キーパーソン招請事業>

- ・ 海外キーパーソン招請事業/Meet Japan2008(平成20年3月)

国際会議開催地としての日本をアピールし誘致促進を図るため、開催地決定に影響のある海外のキーパーソン10名を招請し6都市の視察および受入都市12団体との商談会等を実施した。

- ・ インセンティブ旅行キーパーソン・グループ招請(平成19年12月、平成20年2月及び3月)

インセンティブ旅行の誘致促進を図るため、アジアからのインセンティブ旅行誘致に熱心な地方コンベンション都市と連携して、訪日インセンティブ旅行の実施に意欲のある企業・旅行会社を日本に招請し、視察を通じてツアー造成を促進した。韓国から高松・大阪、台湾から宮崎、香港から岐阜へ、合計3本13名を招請した。

<国内における国際会議誘致、開催支援>

- ・ IME2007(国際ミーティング・エキスポ)開催時の来場及び商談促進(平成19年12月)

国際会議主催者の来場促進に取り組んだ。特に、学協会関係者の来場者大幅増(249名から518名へ倍増)に貢献、各都市との商談を促進した。

- ・ 国際会議開催支援セミナーの開催(平成20年3月)

国際会議の誘致および開催を支援するため、国内の学協会並びに主催者である大学教授等の関係者約100名を招待し、講演や受入都市11団体との意見交換会を実施した。

- ・ 重点ターゲット案件の設定とグループ全員の情報共有、進捗度合いのチェック等、案件毎にきめ細かく対応し誘致数値目標を達成した。

<海外における認知度向上及商談会開催>

- ・ IMEX2007(平成19年4月)

国際会議およびインセンティブ旅行の誘致促進を図るため、ドイツ・フランクフルトの会場において日本ブースを出展し、日本の共同出展者5社(ホテル・旅行会社・航空会社)とバイヤー30名との商談を行うとともにウォーク・インの来場者100名に日本の情報提供、PR活動を実施した。

- ・ 広州インセンティブセミナー(平成19年5月)

中国からのインセンティブ旅行の誘致促進を図るため、広州においてインセンティブ旅行実施企業並びに現地旅行会社7社30名を招待し、講演や日本の受入都市3都市と現地旅行会社7社との商談会を実施した。

- ・ ソウルインセンティブセミナー(平成19年9月)

韓国からのインセンティブ旅行の誘致促進を図るため、ソウルにおいてインセンティブ旅行実施企業並びに現地旅行会社計約34社70名を招待し、講演会と日本の受入都市・企業9団体との商談会を実施した。

- ・ バンコクインセンティブセミナー(平成19年10月)

タイからのインセンティブ旅行の誘致促進を図るため、バンコクにおいてインセンティブ旅行を扱う現地旅行会社14社32名を招待し、講演会と日本の受入都市・企業7団体との商談会を実施した。

- ・ シドニーインセンティブセミナー(平成20年2月)

オーストラリアからのインセンティブ旅行の誘致促進を図るため、シドニーにおいてインセンティブ旅行実施企業ならびに現地旅行会社から50名招待し、機構及び現地有力旅行雑誌社から日本の魅力についてのプレゼンテーション等を実施した。

- ・ 米国、欧州、豪州及びアジア市場においてVJC事業として実施されたコンベンション専門誌における広告事業を全面的に支援し、写真素材の提供、広告内容に関する助言、記事広告原稿の作成等の協力を行った。

- ・ メディア(コンベンション専門誌記者)招請

国際会議の開催地およびインセンティブ旅行の目的地としての日本の認知度向上を図るため、米国のMeetings & Conventions誌、オーストラリアのCIM、Mice Net及びTravel Talk各誌の記者1名を招請、東京・横浜・千葉を視察させ、具体的な記事掲載による情報提供を実施した。さらに、中国のMice China社の記者2名を招請、東京・大阪を視察させ、具体的な記事掲載による情報提供を実施した。

イ VJC事業との効果的な連携

VJC事業として実施されるコンベンション誘致関連事業に積極的に参画するとともに、機構独自予算事業をVJC事業と同時に実施するなどにより連携し、事業の相乗効果を高めた。

- ・ 台湾インセンティブセミナー(平成19年6月)

台湾からのインセンティブ旅行の誘致促進を図るため、台北においてインセンティブ旅行実施企業ならびに現地旅行会社42社48名を招待し、講演会と日本の受入都市・企業29団体との商談会を実施した。

- ・ Incentive Travel Exchange(平成19年6月)

北米からのインセンティブ旅行の誘致促進を図るため、米国・ラスベガスの会場に日本ブースを設置、インセンティブ旅行プランナー26名(米国20・カナダ6)との商談を実施した。

- ・ IT & ME(平成19年9月)

北米からの国際会議・インセンティブ旅行の誘致促進を図るため、米国・シカゴの会場において日本ブースを出展し、日本の共同出展者10団体(ホテル・旅行会社・航空会社)とウォーク・インの来場者200名との商談および日本の情報提供、PR活動を行った。

- ・ IT & CMA(平成19年10月)

主にアジア・太平洋地域からのインセンティブ旅行の誘致促進を図るため、タイ・バンコクの会場において日本ブースを出展し、日本の共同出展者8団体(受入都市7、旅行会社1)とホステッド・バイヤー28名との商談を行うとともに、ウォーク・インの来場者100名に日本の情報提供、PR活動を実施した。

- ・ AIME(平成20年2月)

主にオセアニアからの国際会議・インセンティブ旅行の誘致促進を図るため、オーストラリア・メルボルンの会場において日本ブースを出展し、日本の共同出展者5社(旅行会社・ホテル)とホステッド・バイヤー30名との商談を行うとともに、ウォーク・インのバイヤー10名に日本の情報提供、PR活動を実施した。

- ・ 国際会議キーパーソン招請(平成19年9月、11月)

国際会議の誘致を図るため、誘致活動中の大型国際会議案件2件について関係する2つの国際団体本部の会長を日本へ個別に招請し、プレゼンテーションや開催立候補都市の視察等を実施し、誘致を成功させた。

- ・ インセンティブショウケース(平成19年12月)

アジアからのインセンティブ旅行の誘致促進を図るため、韓国・中国・台湾・香港・タイ・シンガポールのインセンティブ旅行実施企業並びに現地旅行会社のキーパーソン28名の選定とサプライヤーの募集等を行い、合計336の商談セッションをセットするとともに、プレゼンテーションの実施や運営の支援、フォローアップ等を行った。

- ・ 広告事業

国際会議の開催地及びインセンティブ旅行の目的地としての日本の認知度向上と上記に掲げた国際コンベンション見本市における日本ブースへの来場促進を図るため、米国、欧州、アジア、豪の有力コンベンション専門誌に3~4回の広告掲載を実施した。

- ・ 宣伝ツール作成

VJC 事業における海外の国際会議主催者、ミーティング・プランナー、インセンティブ旅行プランナーを対象とした宣伝ツール(プランナーズ・ガイド、ビデオ、DVD)の作成にあたって、内容に関する企画提案、情報提供、助言等の支援を行なうとともに、完成した情報をJNTOウェブサイトに掲載し、効果的な海外PRを行なった。

ウ. コンベンションの開催支援

<人材育成>

- ・ コンベンション研修会(平成19年6月)

国際会議観光都市及びコンベンション推進機関でコンベンション実務を新たに担当することとなった関係者を対象に、国際コンベンション市場の概要や誘致セールス活動の手法に関する研修を実施した。また、研修会の2日目には、専門講師によるセールス活動に役立つヒアリングスキルについての研修を取り入れた。参加者は76名。

- ・ コンベンション幹部セミナー及び意見交換会(平成20年2月)

国際会議観光都市とそのコンベンション推進機関の幹部を対象に、組織運営、部下の指導育成、活力ある職場づくりに関する諸問題等をテーマとして、専門講師による講演会を行った。また、課題にもとづくグループディスカッションを行った。参加者は20名。

- ・ コンベンション中堅者研修会(平成20年2月)

JNTO協賛国際会議観光都市・コンベンション推進機関、及びJCCB/ CB部会加盟の全国コンベンション推進機関において、コンベンションの実務を担当する実務経験3年以上の職員を対象に、誘致セールス活動で必要とされる、話し方やコミュニケーション能力の向上を目的とした研修を実施した。なお、今回初の試みとして日本コンベンション・ कांग्रेस・ビューロー(JCCB)と共催で実施した。参加者は33名。

<会議開催情報等の提供>

- ・ 国との連携による国際会議開催情報の収集及びUIA等への報告

国土交通省と連携し、全国の地方自治体やコンベンション推進機関の協力を得て国際会議開催情報を収集し、国が収集した府省庁の情報とともに取りまとめ、UIA(国際団体連合)及びICCA(国際会議協会)に報告した。また、UIA が発表するコンベンション統計の情報収集、集計方法に関する調査を実施した。

- ・ 国際会議データベースの整備

誘致セールス活動により入手した情報を元に、所有する国際会議データベースのデータ更新、拡充に取り組んだ。

- ・ 国際会議観光都市・コンベンション推進機関・国際会議主催者に対し下記の出版物、メールマガジン等を送付した。

2006年版コンベンション統計	500部発行。ウェブサイトへも登載。
国際会議開催予定情報	ウェブサイトで公開。情報は毎月更新。
JNTO コンベンションニュース	メールマガジン。年3回配信。国際会議観光都市の紹介や国際会議開催に関するノウハウ等を紹介。ウェブサイトでも公開。
国際会議誘致マニュアル	改訂版を500部発行。

<寄附金募集・交付金交付制度の運営>

- ・ 会議運営会社(PCO)の実務担当者及び学会関係者を対象に、寄附金募集・交付金交付制度を利用する場合の申請書類の作成方法、留意点等をテーマに「寄附金募集・交付金交付制度実務研修会」を東京、京都で実施した。地方での開催は初である。

- ・ 平成19年度に寄附金募集の協力が決まった国際会議は5件、交付金を交付した国際会議は14件(交付額245百万円)であった。
- ・ IME2007(国際ミーティング・エキスポ)に総合インフォメーションデスクを出展し、機構が国際会議主催者を対象に実施している事業や支援サービスの紹介を行った。

<寄附金募集・交付金交付制度について>

機構の寄附金募集・交付金交付制度は、国際会議主催者の開催支援のために、機構が税制優遇措置のある特定公益増進法人として日本での国際会議の開催のための寄附金を受け入れ、主催者に対して交付することにより、わが国における国際会議の開催が円滑に行われるよう支援する制度である。

同制度を活用するためには、一定の要件(参加者数概ね200名以上、内外国人参加者概ね50名以上、参加国概ね10カ国以上、開催経費概ね2,500万円以上)を充足し、有識者7名からなる「開催支援審査委員会」の審査を経て公益に資する国際会議であると了承されることが条件となる。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(1) 官民パートナーシップで諸外国との競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動

>⑤通訳案内士試験事務の代行<

【中期目標】

訪日外国人旅行者の満足度を高めるため、通訳案内士試験の実施を代行して、適切な語学力と専門の知識をもった人材の開発に努める。

【中期計画】

通訳案内士試験について、時代のニーズにあった試験問題に改めるよう内容を見直すとともに、通訳案内士試験の認知度を高めるよう努める

【年度計画】

- ・ 新規追加免除科目、地域限定通訳案内士への対応
新たに加わる科目別合格免除及び地域限定通訳案内士試験の外国語試験の併願による受験者の属性の大幅な増加(140通り)に的確に対処して、円滑な試験実施を図る。
- ・ 願書申請のシステム化
受験願書についてインターネットによる24時間対応の申請受付システムを構築し、クレジットカードおよびコンビニエンスストアでの支払いを可能にすることにより国内・海外からの受験者の利便性の向上を図る。

① 年度計画における目標設定の考え方

外国人旅行者の受入れ体制の確保のため、国土交通省が策定した「通訳案内士試験ガイドライン」に従い、試験事務代行機関として試験事務を適正かつ円滑に実施する。

② 当該年度における取り組み

- ・ 新たに適用された前年度合格科目免除の追加による受験者属性の増加に効率的に対処し、円滑に試験を実施した。
- ・ 新たに実施された地域限定通訳案内士試験のため、外国語問題の提供および採点、受験者の情報提供を実施各県に対して行い、同試験の実施に協力した。
- ・ インターネットによる24時間対応の電子申請受付システムを初めて導入し、全出願者(10,724人)の34.5%(3,695人)に利用された。特に海外会場出願者のうち65.8%が電子申請を使用し、利便性が向上した。
- ・ 平成20年度以降においては、地域限定通訳案内士試験合格者等が通訳案内士試験を受験する際の免除が新たに加わるため、引き続き的確に対処して円滑な試験実施を図る。
- ・ また、平成21年度以降の試験実施に当たっては、試験事務の安定性、統一性、公正性を確保しつつ、民間競争入札を導入して業務の効率化を図る。

③その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

試験地の増加と試験内容の適正化に努めた結果、出願者数、増加合格率ともに向上している。

<通訳案内士試験の過去5年間の出願者数と合格率>

年度	出願者	受験者	最終合格者	合格率
平成15年度	7,122人	6,300人	331人	5.3%
平成16年度	7,213人	6,066人	412人	6.8%
平成17年度	8,544人	7,043人	789人	11.2%
平成18年度	10,204人	8,695人	1,137人	13.1%
平成19年度	10,724人	9,245人	1,905人	20.6%

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(2) 効率的・効果的な業務運営の促進

>①業績評価の充実<

【中期目標】

外部有識者による評価を含む業績評価制度を充実し、成果主義を徹底するとともに、顧客満足度、費用対効果の向上を図るため、事業のあり方に関して不断の見直しを行い、従来以上に事業パートナーのニーズに応えた事業を効率的に実施する。

【中期計画】

成果主義を徹底するとともに、顧客満足度、費用対効果の向上を図るため、外部有識者による評価を含む業績評価制度を充実し、事業毎に評価を行う。

特に、実施する事業の実績あるいは成果毎に費用の経年比較を行う等、事業のあり方に関して不断の見直しを行う。また、業績評価の結果を踏まえ、従来以上に事業パートナー（地方自治体・観光関連事業者等）のニーズの変化に応えた事業を実施することに努める。

【年度計画】

ア 前年度に引き続き、アドバイザリー・コミッティ(年2回)、特別顧問会議(年1回)を開催し、機構及びその事業に関する意見や提案を聴取し、業務運営の改善に反映させる。

イ 平成18年度に実施した事業パートナー（地方自治体・観光関連事業者等）を対象とした顧客満足度調査の分析結果に基づき、機構の事業改善を進めるとともに、事業提案を行う等PDCA(Plan-Do-Check-Action)サイクルを実施する。

ウ 機構が行う事業の実施に際して、利用者や関係者に対するアンケート調査等を実施し、事業の目標達成度を測定するとともに、改善点の把握に努める。

① 年度計画における目標設定の考え方

機構が実施する事業について適切な評価を得て、不断の見直しを図るため、事業パートナーおよび外部有識者による業績評価を継続実施する。

② 当該年度における取り組み

(1) 外部有識者による業績評価制度として、以下の2つを設置し、開催した。

- ・ JNTOアドバイザリー・コミッティ(7月、12月の計2回開催)
- ・ 特別顧問会議(9月に1回開催)

【参考資料19 アドバイザリー・コミッティ、特別顧問会議のメンバー】

(2) 第二回 CSI 調査の分析結果への対応措置

第二回 CSI 調査の結果、CFT チームが抽出した3重点課題に対応し、次の活動を行った。

- ・ 「課題(1) 事業内容についての認知度向上」に対応して、記者発表会を年3回実施したほか、11月から2月にかけて10箇所の地方運輸局及びその周辺の地方自治体への訪問活動を組織的に実施した。
- ・ 「課題(2) 地方におけるJNTOの実績づくり」に対応して、上記の通り地方自治体訪問を実施したほか、「米国における京都ウインター・スペシャルキャンペーンとの連携」を始めとする地方との連携事業を実施した(P. 30、参考資料5参照)。
- ・ 「課題(3) 意思決定及び対応の一層の迅速化」に対応して、一定の事業予算を海外事務所長の裁量枠とし、本部における承認プロセスを省略した。

CSIの CFT チームが抽出したJNTOの重点課題

課題(1) 事業内容についての認知度向上

課題(2) 地方におけるJNTOの実績づくり

課題(3) 意思決定及び対応の一層の迅速化

(3) 事業実施時のアンケートの実施

インバウンド旅行振興フォーラム[※]を始めとする機構主催事業、VJC事業を始めとする国土交通省からの受託事業の実施時に、アンケート調査を行い、その結果をもとに、事業の地方開催、複数回実施等の改善を行った。主な改善事例は次の通り。

- ・ ビジット・ジャパン案内所研修会を都内に加え地方でも開催
参加者からの地方開催の要望を受けて、従来の年1回都内開催に加えて、初めて、京都でも開催した。
- ・ 「JNTO寄付金募集・交付金交付制度 実務研修会」を京都で初開催
関西での国際会議開催には京都大学関係者が関与することが多いため、京都で初開催した。

※インバウンド旅行振興フォーラム

地方自治体、旅行関係業界等を対象として、最新マーケットの動向や訪日旅行促進のノウハウの事例紹介、機構の事業活動の説明を目的として開催するもの。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(2) 効率的・効果的な業務運営の促進

>②人事考課の徹底

【中期目標】

職員の能力と実績を適正かつ厳格に評価し、その結果を処遇に反映させるとともに、適材適所の人事配置とし、職員の能力の向上を図る。また、海外観光宣伝事務所においても現地採用職員の人事評価を行い、有能な人材の登用を進める。

【中期計画】

全ての職員につき、業績評価の結果も参考にして、定期的に能力と実績を評価し、適正かつ厳格な人事考課を実施し、これを処遇に反映させるとともに、適材適所の人事配置とする(但し、海外において雇用した職員については、事務所所在国の人事・労務に係る法令・慣行に配慮しつつ、可能な限り人事考課を実施する)。他方、人事ローテーション、OJT(現場で仕事をしながらの教育)研修等により職員の業務知識の習得、能力の向上を図る。なお、海外において雇用した職員について、特に優秀と認められる者については、将来の基幹職員への登用の道を開くこととする。

【年度計画】

ア 定期的に職員の能力と実績を評価し、適正かつ厳格な人事考課を実施する。その結果を処遇に反映させるとともに、適材適所の人事配置とする(但し、海外において雇用した職員については、事務所所在国の人事・労務に係る法令・慣行に配慮しつつ、人事考課を実施する)。

イ 研修の充実、人事ローテーション、OJT(現場で仕事をしながらの教育)等により職員の業務知識の習得、能力の向上を図る。

① 年度計画における目標設定の考え方

国により課せられた人件費削減目標の達成と人材育成の両立を図るため、人事評価結果に基づき、機構への貢献に報いるメリハリをつけた運用を行う。

② 当該年度における取り組み

ア 人事考課の実施とそれに基づく処遇、人事配置

職員が毎年提出を義務付けられている「身上報告書」により、各職員の能力や過去の業務経験(各国語別の実際的な語学能力、ITスキル、資格取得状況、講演・寄稿実績等)、今後従事したい業務や異動先等を申告させ、職員の意向、意欲と業務能力を詳細に把握することにより、きめ細かい労務管理や配置転換を実施した。

イ 研修の充実、人事ローテーション、OJT(オン・ザ・ジョブ・トレーニング)等による職員の業務知識の習得、能力の向上

- ・ 「1.業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置(2)職員の意欲向上と能力啓発」(P.8)に記載した研修を行ったほか、下記のOJTを実施した。
- ・ 海外事務所から帰国した職員を講師として「帰国職員プレゼンテーション」を3回、本部職員を講師として「海外市場別マーケティング戦略概要プレゼンテーション」を3回、それぞれ実施した。さらに、他団体からの出向職員や、旅行・観光関係専門分野で活躍する外部関係者を講師として、当該関連分野に係る業務関連勉強会を3回開催した。聴衆側の職員にとっては研修、講師を務める職員にとってはプレゼンテーションのOJTとなった。
- ・ 訪日外客実態調査(全国9空港における調査)実施時(7月～8月・10月・2月)に、若手職員を中心に空港でのインタビュー調査監督業務を体験するOJTを実施した。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(2) 効率的・効果的な業務運営の促進

>③ 外部人材の活用<

(中期目標)

地方自治体・民間事業者等から有能な人材を登用・活用する。

(中期計画)

関係者のニーズを業務に適正に反映させるとともに、業務を効率的に実施するため、地方自治体・観光関連事業者等から有能な人材を登用し積極的に活用する。

(年度計画)

賛助団体や会員などの事業パートナーを中心とする関連事業者や地方自治体のニーズを業務に適正に反映させるとともに、業務を効率的に実施するため、地方自治体・観光関連事業者等から有能な人材を登用し積極的に活用する。

① 年度計画における目標設定の考え方

事業パートナーのニーズの業務への適正な反映、民間的手法の導入、地方自治体に対する人材育成支援強化を目的として、地方自治体・観光関連事業者等から経験豊富で有為な人材の受入れを行う。

② 当該年度における取り組み

- ・ 地方自治体・観光関連事業者等から経験豊富で有為な人材の受入れを継続実施した。
- ・ 前年度に地方自治体に対して研修員派遣を呼びかけた結果、2県、1市から合計3名の研修員を4月1日付けで受け入れた。
- ・ 前年度に引き続き、地方自治体に対して研修員派遣を呼びかけた。その結果、新たに1名の新規受入れが決定した(受入は平成20年4月から)。
- ・ 観光関連業界に対しても人材の派遣を呼びかけた。その結果、新たに6名の新規受入れが決定した(受入は平成20年4月から)。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(2) 効率的・効果的な業務運営の促進

>④ 海外の在外公館、諸外国の政府、観光関連機関等との連携強化<

【中期目標】

海外の在外公館、民間企業の海外事業所等に対し、外国人旅行者の来訪促進事業についての理解が深まるように働きかけ、できる限り、広報宣伝・情報提供等の分野での協力を求める等、海外における連携の強化を図る。

また、国土交通省が諸外国の政府との国際間の観光の交流促進のために行う政府間協議等について協力するとともに、機構も当該国の政府観光局等との連携・協調を図り、日本を含む複数国を目的地とするツアーの開発・造成に取り組む。

【中期計画】

ア 在外公館、他の公的機関の海外事務所、民間企業の海外事業所等に対し、外国人旅行者の来訪促進事業についての理解が深まるように働きかけ、できる限り、広報宣伝・情報提供等の分野での協力を求める等、海外における連携の強化を図る。

イ 国土交通省が諸外国の政府と連携して実施する国際観光協議について協力するとともに、他国の政府観光局等との連携・協調を図り、日本を含む複数国を訪れるツアーの開発に努める。

ウ (社)日本ツーリズム産業団体連合会、(財)アジア太平洋観光交流センター等の国内の関連団体との連携・協調を図る。

【年度計画】

ア VJC現地推進会の運営をはじめ、在外公館、他の公的機関の海外事務所、民間企業の海外事業所等に対し、広報宣伝・情報提供等の分野での協力を求める等、海外における連携の強化を図る。

イ 国土交通省が諸外国の政府と連携して実施する国際観光協議について協力し、相互観光交流の拡大に資するとともに、他国の政府観光局との連携をさらに強化し、日本を含む複数国を訪れるツアー開発を進める。具体的には米国、カナダに於いて、中国、韓国、タイ等の政府観光局と共同で実施している日本を含む複数国を訪問するツアーの造成・販売支援事業を拡充するとともに、既存事業の成果を踏まえ他の国への同事業拡大を検討する。

ウ VJC事業への積極的な参画等を通して、(社)日本ツーリズム産業団体連合会、(財)アジア太平洋観光交流センター等の国内の関連団体との連携・協調を図る。

①年度計画における目標設定の考え方

海外在外公館、諸外国の政府、観光関係機関等との連携をこれまで以上に有機的に展開強化するために必要な事項を目標として挙げたものである。

② 当該年度における取り組み

ア 公的機関、民間企業の海外事務所との連携強化

(1) 海外事務所は日常業務において、現地の在外公館、独立行政法人を含む他の公的機関の海外事務所、航空会社を始めとする民間企業の海外事務所等と緊密に協力、連携している。

特に、日本貿易振興機構(JETRO)、国際交流基金とは、両独法が取り組む海外での「日本食」、「日本の果物」、「日本語学習」等の普及事業において、その対象者が潜在的な訪日旅行者であることから、連携強化に注力した。

<在外公館、公的団体、民間企業等との主な協力・連携の例>

在 外 公 館	「アウクスブルク日本春祭2007」に出展のミュンヘン総領事館に協力 (2007年5月6日 ドイツ) ミュンヘン総領事館出展の日本観光ブースに、出展協力した。来場者に、観光パンフレットを配布し旅行目的地・日本のPRを行った。
	ニューヨーク総領事大使公邸での「V J Cのタベ」開催 (2008年1月14日 米国) 理事長が出席し、V J Cニューヨーク推進会メンバーを含む100名の参加者に対して、V J Cの現状と今後の米国でのプロモーション戦略及び協力要請のプレゼンテーションを行った。
公 的 機 関	日本貿易振興機構(JETRO)、JTBと連携し「Discover Japanセミナー」を実施 (2007年9月27日 イギリス) JNTOがV J C、JETROが「Invest Japan」、JTBが同社のサービスについてプレゼンテーションを実施した。
	国際交流基金と連携し「The Language Show」へ出展 (2007年11月2日～4日 イギリス) 語学学習者・教師を対象とした英国最大の見本市へ国際交流基金とブース代折半で出展し、日本語学習者・教師に対し訪日研修旅行をPRした。
	JETROと連携し、日タイフェスティバルで総合的「日本ブランド」を発信 (2007年12月8日 タイ) 日本・タイ観光交流年事業の一環「日タイフェスティバル(ラムウオン盆踊り)」で、機構の観光情報提供ブースにJETROバンコク事務所の「Japan Food Fair」のPR要員を受け入れた。観光情報の提供に加えて、「食」の魅力をアピールすることで、総合的「日本ブランド」を発信した。

公 的 機 関	<p>J E T R O、国際交流基金と連携し「エキスポラング2008」へ共同出展 (2008年2月6日～9日 フランス・パリ)</p> <p>J E T R O、国際交流基金と連携して、日本ブースを出展した。日本語に興味を持つ来場者に対し、日本語教育、旅行情報など幅広い情報提供を行った。</p>
	<p>J E T R O主催の「Japanese Food & Sake Festival」で訪日旅行をPR (2008年3月13日 米国・カリフォルニア州)</p> <p>会場でVJCビデオの上映、バナーの掲出、ブースでの訪日旅行PRを行った。</p>
	<p>カリフォルニア州外国語教師会年次総会参加 (2008年3月15日 米国・カリフォルニア州)</p> <p>国際交流金との共同ブースで情報提供を行い、訪日旅行をPRした。</p>
民 間 企 業	<p>日系スーパーUNY主催の「日本文化の祭り」への協力 (2007年5月2日 香港)</p> <p>日系スーパーUNYがリニューアルオープン時に開催した「日本文化の祭り」へパンフレット、写真、ポスター等を提供し訪日旅行をPRした。</p>
	<p>日本航空と連携し「JALで行く宋東根記者の美味しい日本旅行」事業を実施 (2007年5月～ 韓国)</p> <p>韓国の経済紙「ファイナンシャル・ニュース」の宋東根記者が日本の地方都市を現地取材し、現地情報を執筆する共同事業を2年間の予定で実施。5月4日に第1回目の記事として、青森県弘前市がフルカラーで大きく紹介された。</p>
	<p>日本航空と連携し「平成中村座ニューヨーク公演」で訪日旅行PR (2007年7月16日～22日 米国)</p> <p>中村勘三郎率いる平成中村座のニューヨーク公演会場で、同公演の公式スポンサーである日本航空と共同でブースを設け、訪日旅行の映像放映、パンフレット配布を行い、訪日旅行をPRした。</p>

イ 国土交通省の国際観光協議への協力と他国政府観光局との連携・協調

(1) 機構は国土交通省が諸外国の政府と連携して実施する国際観光協議に協力している。平成19年度は、次の二国間協議に協力した。

・ 第11回 日加官民観光定期協議(9月/カナダ・ナイアガラ)

今回は、従来の報告形式の会議プログラムに留まらず、新たな取組として、消費者分析・商品開発・流通・宣伝活動のそれぞれについて、テーマ別セッションを取り入れ、具体的な事例発表を基に、活発な意見交換がなされた。また、今後は、分科会形式等の導入による、より効率的・効果的な会議運営を検討すべきとの結論に至った。

・ 第22回日韓観光振興協議会(12月/韓国・大邱)

2007年9月21日、両国の観光を担当する大臣により発表された「2008年日韓観光交流拡大共同事業に関する日本国国土交通大臣・観光立国担当大臣と大韓民国文化観光部長官との共同声明」に基

づき、2008年を「日韓観光交流年」と位置付け、観光交流拡大施策を実施することとし、その着実な実施にむけて更なる検討・協力をすすめることが確認された。

(2) 米国・カナダでの他国政府観光局との共同事業

- ・ 在米アジアの政府観光局による共同ウェブサイトの製作
2008年北京オリンピックでアジアに対する米国人の関心が高まる機会を捉えて、アジア全体として旅行需要の喚起に取組む「ASIA NOW」プロジェクトとして、共同ウェブサイトの作製準備に着手した。
- ・ 米国・カナダにおける中国・香港・タイ・韓国の政府観光局との共同事業実施
米国市場ではこれまで造成された日本を含む周遊商品の販売支援に重点を置き、中国・香港・タイの政府観光局と新聞・業界誌・ラジオ・TV等に共同広告を掲載した。
カナダ市場では韓国の政府観光局と共同でアジア系大手スーパーマーケットにおいて、両国への訪問ツアー商品の販促プロモーションイベントを実施した。

ウ 国内関連団体との連携・協調

- ・ (財)アジア太平洋観光交流センター(APTEC)が企画・運営を行ったVJC事業「日本の木造世界遺産観光フォーラム・イン・シドニー」に対し、全面的に協力した。
- ・ 「日本旅館女将の会」による「女将・イン・タイランド」セミナーの開催に協力した。現地の旅行会社、航空会社、メディア等約70名が参加した。

③その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

国土交通省が作成する宣伝ツールに加え、他省庁作成の宣伝ツールの外国人向け配布に協力した。

農林水産省	日本食普及を目的としたDVD「御馳走」を13海外事務所及びTICで配布。
農林水産省	日本食普及を目的としたパンフレット「The Delight of Japanese Food」を13海外事務所配布。
法務省	入管法の改正に伴う日本入国時の指紋と顔写真の提出の告知を目的としたポスター、DVD、パンフレット「日本の新しい入国審査が始まります」を13海外事務所、TICで掲示、配布。さらに、ソウル事務所等一部の海外事務所ではローカルサイトへも情報を掲載し告知を行った。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(2) 効率的・効果的な業務運営の促進

>⑤ナレッジ・マネジメント(知識経営)の確立<

【中期目標】 項目なし

【中期計画】

役職員の間でノウハウ・情報の共有を徹底し、効率的で付加価値の高い業務運営を図るため、ITを活用したナレッジ・マネジメント・システムを構築する。

【年度計画】

グループウェアの活用を進めることにより、付加価値の高い業務運営の実現に努める。

① 年度計画における目標設定の考え方

平成18年度に導入したグループウェアを活用し、ノウハウ・情報共有の徹底等により、業務の質の向上を図る。

② 当該年度における取り組み

- ・ サイボウズのファイル管理機能により、本部と海外事務所間での旅行市場情報、海外事務所へのコンタクト情報等の迅速な共有を継続したほか、掲示板機能を活用して職員間での意見交換を進めた。
- ・ 機構の名称変更をめぐる意見交換では、海外事務所職員や若手職員から多数の意見が掲示板に寄せられ、活発な議論が展開した。その結果、平成20年度から「日本政府観光局」を通称として使用することが決定された。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(3) 事業成果の公表

【中期目標】

公正で民主的な組織運営を実現し、機構に対する国民の信頼を確保するという観点から、情報の公開を積極的に推進する。

【中期計画】

機構に対する国民の信頼を確保するという観点から、インターネットを活用して機構が実施する事業の状況並びに事業の成果等を明らかにする等、情報の公開を積極的に推進する。

【年度計画】

機構業務への理解を深め、その活動に対する国民の信頼を確保するという観点から、機構が実施する事業の概要と成果等を、プレスリリースやインターネット等を通じて広く国民に発信・公開する。

① 年度計画における目標設定の考え方

機構の知名度を一層高めるため、国内広報を充実させる。また、独立行政法人として国民への説明責任の観点から組織概要、財務諸表はもとより、事業の成果等についてインターネット、パンフレット等で公表し、機構に対する国民の認識と信頼を確保する。

② 当該年度における取り組み

(1) 機構の日本語ウェブサイトを活用し以下の資料を公表している。

- ・組織概要
- ・財務諸表
- ・機構の独立行政法人としての使命
- ・通則法に基づく中期目標、中期計画、年度計画
- ・契約・調達情報
- ・決算報告、事業報告
- ・給与水準

その他、機構の事業パートナーに直接役立つ情報などについて公表している。

(2) 5月発足の国内広報ワーキング・グループの場で効果的な広報手法について議論を深めつつ、年3回の記者発表会の開催、国土交通記者会へのプレスリリース等を実施した。海外事務所を含む全機構的に国内広報に注力した結果、国内広報実績は過去最高の730件に達した。特に、テレビ・ラジオにおける機構関連報道が増加し、前年度実績(19件)の2倍超(45件)に達した。

＜国内広報実績＞

	平成19年度	平成18年度
一般紙 (TV・ラジオ)	304件 (45件)	171件 (19件)
業界紙	426件	493件
合計	730件	664件

＜国内広報成功事例1＞

8月28日本部発表の統計資料「訪日外客数/出国日本人数」を基に、北京事務所長がNHKの中国駐在記者に対し、中国人訪日旅行の現状についてレクチャーした結果、8月30日の「NHKニュース9」でニュースが放送された。北京事務所内の執務風景、北京事務所長のコメントが放送されたほか、「国際観光振興機構では、中国の旅行会社の社員に対して研修を行ったり、中国の雑誌に日本の特集を掲載してもらうなどして観光客の誘致を続けており、」と紹介された。

＜国内広報成功事例2＞

TIC が外国人旅行者を対象に実施したアンケート調査の結果を、「訪日個人旅行者の憧れは『本場の日本料理を食べること』～観光案内所(TIC)を利用した外国人旅客に調査～」としてプレスリリースした結果、日本経済新聞等3全国紙、Japan Times等2英字紙、フジTV「めざましTV」等が調査結果を報道したほか、共同通信が配信したことで、中日新聞等9地方紙が報道した。プレスリリースの掲載媒体数は合計20に達した。

【参考資料2 職員寄稿記事及びプレスリリース掲載記事】

【参考資料20 報道発表案件一覧】

(3) 機構の活動を紹介したパンフレット「JNTO事業案内」、「JNTO年次報告書平成18年度版」を作成した。機構主催事業、職員が講師を務める講演会等の場で配布するとともに、ウェブサイトでも閲覧可能である。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(4) 附帯する業務

【中期目標】 項目なし

【中期計画】

機構が委託を受けている日本コンGRESS・コンベンション・ビューロー、国際観光テーマ地区等推進協議会等の事務局業務について、受入体制が整った段階で外部委託し、それによって生じるマンパワーを、外国人旅行者の来訪促進に係る他の業務に投入することを検討する。

【年度計画】

日本コンGRESS・コンベンション・ビューローについては、中期計画に掲げた自主運営の移行は完了したことに伴い、IME(国際ミーティングエキスポ)及び人材育成研修実施において、協力して事業を行い、コンベンションの振興に努める。

国際観光テーマ地区等推進協議会の事務局業務については、会員に対する便益の向上をもたらすことという会員からの要望を勘案しつつ、一部業務の外部委託化を進めることとする。

■日本コンベンション・コンGRESS・ビューロー(JCCB)とは

日本コンGRESS・コンベンション・ビューロー(JCCB)は、平成7年6月、運輸省の指導の下、国内・国際コンベンションの誘致・促進を目的として、各都市のコンベンションビューロー、自治体、コンベンション関係の民間会社を会員とした任意団体として発足した。JCCBの設立の経緯により、機構がJCCBを支援する立場にあり、JCCB事務局を機構内に設置することとなった。爾来、事務局の運営経費等について、機構はJCCBに対し、支援を行ってきたが、平成15年10月の機構の独立行政法人化を契機として、JCCB事務局の独立化を求める必要から、外部委託を検討することとなった。

■国際観光テーマ地区等推進協議会とは

平成9年6月に制定された「外客誘致法」に基づき、優れた観光資源を有する地域と宿泊拠点とからなる地域をネットワーク化して、外国人旅行者が3～5泊程度で周遊できる観光ルートを整備する広域的な地域である外客来訪促進地域(通称「国際観光テーマ地区」)が形成された。同テーマ地区については、機構による重点的海外宣伝の実施など、関係者一体となった取り組みが行われることとされた。

機構は昭和62年11月の国際観光モデル地区推進協議会の発足に際し、運輸省観光部(当時)の要請を受け、その事務局業務を担うこととなった。平成11年6月に同協議会が発展的に解消し、「国際観光テーマ地区等推進協議会」が発足した際にも、外客誘致法に機構の業務として海外宣伝、旅行費用低廉化対策、接遇向上対策等が規定されていることから、当時の運輸省の要請により、引き続きその事務局業務を担うこととなった。

① 年度計画における目標設定の考え方

- ・ 自主運営に移行したJCCBについては、従来以上に連携してコンベンション誘致に取り組むこととする。
- ・ 国際観光テーマ地区等推進協議会については、前年度の理事会の議決に則り、会員からの要望を満たしつつ、更に会員の協力を得ながら、事務局運営にかかる機構のマンパワーを削減できるところは、極力削減することとする。

② 当該年度における取り組み

- ・ 12月にJCCB、国土交通省と「第17回国際ミーティング・エキスポ(IME2007)」を共催した。首都圏の学協会に対し、開催の数ヶ月前から来場を働きかけた結果、来場者数は対前回比128%増の2,801名へ大幅に増加した。さらに、会場に総合インフォメーション・デスクを設置し、来場者からの国際会議誘致開催等について支援、助言を行った。また、VJC インセンティブキーパーソン招請事業をIME開催期間に合わせて実施することで、IME出展者らとの商談会や意見交換会を実現し、両事業の相乗効果を高めた。
- ・ 2月にコンベンション中堅職員研修会をJCCBと共催した。コンベンション実務に3年以上携わる中堅職員を対象に、コンベンション誘致活動に必要なビジネススキルについて研修した。JCCBとの共催は今回が初めてである。
- ・ 国際観光テーマ地区等推進協議会の事務局業務は、機構が担当しているが、今年度においては、事業内容のウェブサイト改訂業務及び各地方の情報ページのコンテンツ整備を外部委託し、事務局業務を簡素化した。次年度以降も更なる委託拡大を図っていく。

3. 予算、収支計画及び資金計画

【中期目標】

中期目標期間中における予算、収支計画及び資金計画について、適正に計画し、健全な財務体質の維持を図る。

また、地方自治体、民間事業者等からの賛助金拠出の増加を図ることにより、自己収入の増加に努める。

【中期計画】

(1) 自己収入の確保

地方自治体及び民間事業者の財政・経営状況が厳しいことから、事業パートナーの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拠出や会員数の増加を図るとともに、受託事業、募集事業、講演、研修等を積極的に開拓するなど、自己収入の確保を図る。

(2) 予算(人件費の見積を含む。)

別紙

(3) 収支計画及び資金計画

別紙

【年度計画】

(1) 自己収入の確保

地方自治体及び民間事業者の財政・経営状況が非常に厳しいことから、事業パートナーの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拠出の増加を図るとともに、受託事業、募集事業、講演、研修等を積極的に開拓するなど、自己収入の確保を図る。

(2) 予算(人件費の見積を含む。)

別紙

(3) 収支計画及び資金計画

別紙

① 年度計画における目標設定の考え方

地方自治体及び民間事業者が置かれた厳しい状況を踏まえ、事業パートナーに対する説明に重点をおき、事業パートナーの満足度を高めることで、賛助金・会費の拠出に対する理解を深めていただける様に努め、当機構との連携を強化する。

② 当該年度における取り組み

(1) 自己収入の確保

① 賛助団体・会員への取り組み

- ・ 直接面談する機会の少ない賛助団体・会員を訪問し、機構の提供するサービスメニューを説明するとともに、意見交換を行った。
- ・ 賛助団体・会員との「交流勉強会」を月1回程度開催し、賛助団体・会員から事業説明、機構に対する要望を聴取の後、意見交換を行った。
- ・ サービス内容の見直しとともに、積極的な勧誘活動を行った。その結果、賛助団体として2団体、会員として19団体が新たに加入した。
- ・ 訪日旅行者の増加に伴って新たにインバウンド観光ビジネスの受益者として登場してきたショッピング施設など、新たな業種の会員勧誘に取り組んだ。

< 賛助団体・会員数 >

	平成12 年度末	平成13 年度末	平成14 年度末	平成15 年度末	平成16 年度末	平成17 年度末	平成18 年度末	平成19 年度末
賛助 団体数	155	160	161	125	134	132	134	136
会員数	-	-	-	33	60	77	99	109
合計	155	160	161	158	194	209	233	245

※会員制度は平成15年10月より導入。これにより、賛助団体から会員への移動も見られる。

② コンベンション協賛金拠出団体への取り組み

- ・ 協賛金メニューの一部を変更した。具体的には、中国からの訪日インセンティブ旅行の催行に障害となっているビザ発給問題が解決するまで中国でのセミナーを縮小、新たに台湾セミナーを実施した。
- ・ 年々拡大する協賛金拠出辞退に歯止めを掛けるべく、協賛都市を訪問し、市長及びコンベンション推進機関の長に対し、国際会議開催による経済効果と、地域住民に対する波及効果を訴えるとともに、機構による国際会議誘致支援施策について説明した。
- ・ 新たに国際会議観光都市に認定された都市や、国際会議観光都市の認定を希望検討する都市、既に協賛を辞退した都市を訪問し、トップセールスを行い、コンベンション誘致事業への勧誘に努めた。

③ 事業の開拓等

- ・ JNTOウェブサイトを活用したバナーリンク等のPRメニューを運用した。
- ・ 賛助団体・会員に対し、機構の海外事業で自社のPRの機会を提供し、満足度向上を図った。

④講師派遣、原稿執筆、委員就任等による自己収入確保努力

講演・研修等を積極的に行うことにより、機構の認知度向上に努めるとともに、自己収入の確保に努めた。平成19年度は委員会出席、講演、原稿執筆等により、約450万円の収入を得た。

【参考資料2 職員寄稿記事及びプレスリリース掲載記事】

【参考資料21 職員講演実績】

(2)19年度予算等の執行状況(表1～3参照)

<一般勘定>

平成19年度の収入は、計画額28億7百万円に対して、合計で638百万円増の34億45百万円となった。この変動の主な要因は以下のとおりである。(表1)

- ・ VJC事業等の受託業務の増加、通訳案内士試験受験者の増加に伴う受験手数料の増加などにより事業収入が計画額に対して669百万円の増となった。
- ・ また、講演料収入等の増により事業外収入が計画額に対して8百万円の増となった。
- ・ 一方、地方自治体財政が厳しい状況にあることなどを受け、賛助金・コンベンション協賛金収入が、計画額に対して40百万円の減となった。

支出については、計画額28億7百万円に対して、合計で6億10百万円増の34億17百万円となった。この変動の主な要因は以下の通りである。(表1)

- ・ 業務経費については、計画額に対し7百万円の減となった。これは、海外観光宣伝事業経費が円安の影響や海外観光宣伝事務所の移転等により計画額に対して34百万円の増となったのに対し、コンベンション誘致事業経費がコンベンション協賛金収入の減少に伴う事業の見直し等により計画額に対して43百万円の減となったこと等による。
- ・ 受託経費についてはVJC事業や通訳案内士試験事業に係る経費等の増加により計画額に対して642百万円の増となった。
- ・ また、人件費については新人事制度導入による給与見直し等により、14百万円の減となった。
- ・ 一般管理費(人件費を除く)については、本部事務所借家料の引下げ等により、計画額に対して11百万円の減となった。

この結果、

- ・ 一般勘定の19年度の当期利益金は91百万円となった。(表2)

主な利益要素は事業等に係る収支差等の122百万円で、これに対し、損失要素は、為替損失29百万円、固定資産除却損2百万円である。

<交付金勘定>

平成19年度の収入は、寄附者からの寄附額が減少したことにより、計画額9億97百万円に対して7億69百万円減の2億28百万円となった。(表1)

支出については、交付金交付額の減及び委員手当や旅費等事業経費の節減により、計画額9億97百万円に対して7億34百万円減の2億63百万円となった。(表1)

交付金勘定の損益については、大型の国際会議開催が減り、上記の通り収益、費用とも減少するなかで、2百万円の当期損失金となった。(表2)

表1 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	2,111	2,111	0
賛助金・コンベンション協賛金収入	357	317	△ 40
事業収入	332	1,001	669
事業外収入	8	16	8
計	2,808	3,445	637
<支出>			
業務経費	836	829	7
受託経費	391	1,033	△ 642
人件費	1,299	1,284	15
一般管理費	282	271	11
計	2,808	3,417	△ 609

[交付金勘定]

(単位:百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<収入>			
寄附金収入	997	228	△ 769
事業外収入	0	0	0
計	997	228	△ 769
<支出>			
交付金事業経費	997	263	734
計	997	263	734

※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

表2 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	2,808	3,438	△ 630
業務経費	836	812	24
受託経費	391	1,027	△ 636
一般管理費	1,580	1,546	34
減価償却費	1	24	△ 23
財務費用	—	29	△ 29
臨時損失	—	3	△ 3
当期利益金	0	92	△ 92
計	2,808	3,533	△ 725
<収益の部>			
運営費交付金収益	2,110	2,211	101
国際観光振興事業収入	689	1,295	606
資産見返運営費交付金戻入	1	13	12
資産見返補助金戻入	—	5	5
資産見返寄附金戻入	—	2	2
事業外収益	8	7	△ 1
臨時利益	—	0	0
計	2,808	3,533	725

※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	997	263	734
交付金事業経費	997	263	734
当期利益金(△当期損失金)	0	△ 2	2
計	997	261	736
<収益の部>			
寄附金収入	997	261	△ 736
事業外収益	0	0	0
計	997	261	△ 736

※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

表3 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	2,808	3,371	△ 563
投資活動による支出	—	37	△ 37
事業外支出	—	26	△ 26
次期への繰越金	0	597	△ 597
計	2,808	4,031	△1,223
<資金収入>			
業務活動による収入	2,808	3,286	478
運営費交付金による収入	2,111	2,111	0
賛助金・コンベンション協賛金収入	357	318	△ 39
事業収入	332	841	509
事業外収入	8	16	8
投資活動による収入	—	200	200
前期からの繰越金	0	545	545
計	2,808	4,031	1,223

※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	997	263	734
次期への繰越金	0	144	△ 144
計	997	407	590
<資金収入>			
業務活動による収入	997	228	△ 769
寄附金収入	997	228	△ 769
事業外収入	0	0	0
投資活動による収入	—	0	0
前期からの繰越金	0	178	178
計	997	407	△ 590

※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

4. 短期借入金の限度額

【中期目標】 項目なし

【中期計画】

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。

【年度計画】

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。

【該当なし】

5. 重要な財産を譲渡し、又は担保にする計画

【中期目標】 項目なし

【中期計画】 計画なし

【年度計画】 計画なし

【該当なし】

6. 剰余金の使途

【中期目標】 項目なし

【中期計画】

剰余金が発生した場合には、独立行政法人通則法第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。

【年度計画】

剰余金が発生した場合には、独立行政法人通則法第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。

【該当なし】

7. その他主務省令で定める業務運営に関する事項

(1) 人事に関する計画

【中期目標】 項目なし

【中期計画】

全ての職員につき能力と実績を評価し、適正かつ厳格な人事考課を実施し、その結果を給与等の処遇に反映することにより人件費の抑制を図るとともに、適材適所の人事配置とする。また、中期計画の下に、人事ローテーション、OJT、研修等により職員の能力の向上を図る。

【年度計画】

ア 全ての職員につき能力と実績を評価し、適正かつ厳格な人事考課を実施し、その結果を給与等の処遇に反映することにより人件費の抑制を図るとともに、適材適所の人事配置とする。

イ 中期計画の下に、人事ローテーション、OJT、研修等により職員の能力の向上を図る。

① 年度計画における目標設定の考え方

中期計画の達成に向けて平成16年度に導入した人事制度に基づき給与等の処遇、人事配置等を実施することとした。

② 当該年度における取り組み

「1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置、(2)職員の意欲向上と能力啓発」の、「②当該年度における取り組み」を参照。

7. その他主務省令で定める業務運営に関する事項

(2) 機構の事業パートナーである地方自治体、観光関連事業者等の賛助金拠出者に対し、機構が実施する事業に係る「負担と受益」についての説明責任を果たし、事業パートナーとの連携を強化する。

【中期目標】

資金拠出を行う事業パートナーに対し、「負担と受益」についての説明責任を果たし、事業パートナーとの連携を強化する。

【中期計画】

機構の事業パートナーである地方自治体、観光関連事業者等の賛助金拠出者に対し、機構が実施する事業に係る「負担と受益」についての説明責任を果たし、事業パートナーとの連携を強化する。

【年度計画】

機構の事業パートナーである地方自治体、観光関連事業者等の賛助金拠出者に対し、機構が実施する事業に係る「負担と受益」についての説明責任を果たし、事業パートナーとの連携を強化する。

① 年度計画における目標設定の考え方

独立行政法人化を機に、新たに設けた会員制度を常に見直し、「負担と受益」に基づくサービス提供の仕組みを整備し、より多くの事業パートナーを発掘する。

② 当該年度における取り組み

- ・ 賛助団体、会員に対して提供するサービス内容について、日常業務等を通じ常に見直しを行い、インバウンド旅行振興フォーラム開催、個別相談会開催、JNTOニュースフラッシュ送信等の手段により、拠出者に対する受益者の説明責任を果たした。
- ・ 11月から2月にかけて10箇所の地方運輸局及びその周辺の地方自治体を訪問し、機構の事業説明を行うとともに、今後の協力を要請した。

【参考資料5 地方運輸局・地方自治体等訪問実績及び地方連携の例】

- ・ 次年度以降も、運輸局・自治体との意見交換等を通じて地方との連携強化を図る。特に平成20年度の組織改編を生かし、海外プロモーション部の各市場グループと国内連携推進グループが一体となり、賛助団体・会員をパートナーとする事業活動に効率的、効果的に取り組む。
- ・ 次年度以降も賛助団体、会員との交流勉強会を、積極的に開催する。機構のサービス内容を説明するとともに、先方のニーズを把握の上、賛助団体・会員サービスを適切に運用し、賛助金・会費の拠出に対する理解を深めて頂く。
- ・ 既存の旅行関連業種にとらわれず、インバウンド観光の新たな受益者を事業パートナーとすべく働きかけを強める。

7. その他主務省令で定める業務運営に関する事項

(3) 査証発給手続きの簡素化・迅速化、

輸送力の増強等の施策を担当する関係機関に適宜要請を行う。

【中期目標】 項目なし

【中期計画】

外国人旅行者の来訪を促進するためには、査証発給手続きの簡素化・迅速化、輸送力(航空便座席の供給量等)の増強等の施策が不可欠であることから、機構は、これらの施策を担当する関係機関に適宜要請を行う。

【年度計画】

外国人旅行者の来訪を促進するためには、査証発給手続きの簡素化・迅速化、輸送力(航空便座席の供給量等)の増強等の施策が不可欠であることから、機構は、これらの施策を担当する関係機関に適宜要請を行う。

① 年度計画における目標設定の考え方

査証発給手続きの簡素化・迅速化、輸送力(航空座席の供給量等)の増強等、外国人旅行者の来訪促進に不可欠な施策を実現するために掲げたものである。

② 当該年度における取り組み

平成19年の日中国交正常化35周年、日タイ観光交流年、日印観光交流年、日加観光交流年を活用した訪日客誘致促進活動のほか、今後とも観光二国間協議、VJC現地推進会等の機会を利用して適宜要請を行う。

以上

参 考 資 料

1. VJC中央事業の実績	78
2. 職員寄稿記事及びプレスリリース掲載記事	80
3. JNTOの海外事務所体制	81
4. 海外事務所現地職員の新人事制度	82
5. 地方運輸局・地方自治体等訪問実績及び地方連携の例	83
6. 訪問地調査及び消費動向調査の概要	85
7. 「JNTO訪日外客実態調査 2006-2007〈訪問地調査編〉〈満足度調査編〉」の発行	88
8. 第5回インバウンド旅行振興フォーラム開催報告	90
9. 中国語ウェブサイトのトップページ	91
10. ウェブサイトの言語別アクセス数推移	92
11. メディア広報事業の代表的成果	95
12. メディア広報事業実績の内訳	96
13. シンガポール Media Corp Channel8 テレビ放送内容	97
14. 海外事務所発行のニュースレターの例(シドニー事務所発行)	98
15. 海外事務所別のニュースレター発行、セミナー、旅行会社招請、メディア招請の実施状況	99
16. ドイツでの Japan Travel Specialist(JTS)の画面	100
17. ビジット・ジャパン案内所とは	101
18. ビジット・ジャパン案内所の所在地	102
19. アドバイザリー・コミッティ、特別顧問会議のメンバー	103
20. 報道発表案件一覧	104
21. 職員講演実績	106
22. 運営費交付金の算定ルール	107
JNTO 関連の用語集	109

参考資料1 VJC 中央事業の実績

市場	事業名
韓国	教育旅行促進事業(招請、商談会)
	スキー促進事業(招請、商談会、HKG・SINと合同)
	アウトバウンド商談会(KOTFA関連)
	教育旅行セミナー(6月:仁川、大田、光州、12月:ソウル、釜山)
中国	上海TV局招請(5月~7月)
	スペシャリスト育成事業(研修、招請)
	教育旅行促進事業(セミナー、招請)
香港	スキー招請・商談会(韓国・SINと合同)
タイ	Say Hi 取材
	エージェント招請
	日タイ観光交流年イベント(9月)
	TTAA出展
シンガポール	スキー招請・商談会(韓国・香港と合同) 教育関係者&旅行会社招請
インド	旅行会社招請&訪日旅行調査
	SATTE(ニューデリー)出展&セミナー
	OTM(ムンバイ)出展&セミナー
米国	L.A.Timesラベルショー旅行博への出展事業
	その他の有望な旅行博(Autumn Moon Festival:9月等)
	米国西海岸地域におけるToとの共同訪日促進事業(I)
	米国西海岸地域におけるToとの共同訪日促進事業(II)
	日系人マーケットへのプロモーション事業
	大手流通網(AMEX/トラベル&レジャー等)の活用
	包括的訪日プロモーション
夏季需要喚起プロモーション	
春夏旅行プロモーション	
カナダ	旅行会社等との共同プロモーション事業(I)
	旅行会社等との共同プロモーション事業(II)
	メディア招請
	教育旅行招請
	リテラー招請
	リテラー招請
	モントリオール旅行博覧会
	教育旅行セミナー
	交流年イベント
他NTOとの共同プロモーション事業	
英国	英国における包括的訪日プロモーション事業
	英国メディア招請事業
	ツアーオペレーター招請(スキー商品の造成)事業
	英国旅行会社招請
	英国「METRO SKI&SNOWBOARD SHOW 2007」出展事業
	「WTM2007」出展事業
「Destination London 2008」出展事業	

市場	事業名
フランス	「日本の癒し」をテーマとしたメディア招請
	仏国ガイドブック及びオーディオガイド製作支援
	「企業委員会」による訪日ツアー販売支援
	仏国「TOP RESA 2007」出展事業
	MAP(旧SMT)(パリ)出展事業
	JAPAN EXPO 2007(パリ)出展
	仏国「International Luxury Travel Market 2007」出展事業
	仏国日本映画祭「金の太陽」に於けるVJC広告事業 「日仏交流」150周年を契機としたプロモーション事業
ドイツ	WEBを活用したプロモーション事業
	独国メディア招請
	独国旅行代理店販売員訪日研修支援事業
	独国旅行代理店販売員研修事業(PATAロードショーへの参加)
	ITBベルリン2008出展 シュツットガルトCMT2008出展
豪州	豪州広告(旅行雑誌、新聞日本特集(ツアオペとの共同広告)、TV「The greatout doors」、インターネット広告、ASTW(ネットワーキング))
	テーマ 体験型ツアー造成事業
	スキーメディア招請
	リテラー招請
	SNOW TRAVEL EXPO出展事業(スキープロモーションセミナー、スキーパンフレット作成)
	リテラーセミナー(I)(体験型)
	リテラーセミナー(II)(基礎セミナー)
	訪日教育旅行セミナー
	旅行博出展(シドニー、ブリスベン)
ラジオ広報事業	
ロシア	メディア招請
	INTOURMARKET(MOSCOW)出展
	市場調査事業
	ロシア語ウェブサイト開設

合計 72件

※ 国土交通省から直接受託した事業以外の事業も含む。

参考資料2 職員寄稿記事及びプレスリリース掲載記事

トラベルジャーナル 2007年7月16日号



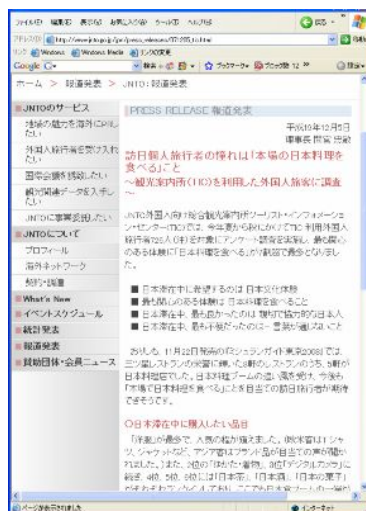
旬刊旅行新聞 2007年7月11号



※機構ウェブサイト画面から。

海外事務所職員が国内旅行業界誌に最新現地マーケット情報を寄稿した。トラベルジャーナルへは月2回、全海外事務所が持ち回りで「Selling Japan～海外マーケットは今～」を執筆し、旬刊旅行新聞へは月1回、アジア地区の事務所が持ちまわりで「アジアの旅行動向～海外宣伝事務所最新レポート～」を執筆した。

12月5日付 JNTO 発行プレスリリース



12月5日付けプレスリリース「訪日個人旅行者の憧れは『本場の日本料理を食べること』～観光案内所(TIC)を利用した外国人旅客に調査～」は大きなマスコミから大きな反響を得た。掲載媒体は日本経済新聞等3全国紙、フジTV「めざましTV」等、合計20媒体に達した。

参考資料3 JNTOの海外事務所体制

	派遣職員数		現地職員数		合計	
	現在	増減	現在	増減	現在	増減
アジア・オセアニア	17		20	+2	37	+2
ソウル	2		4		6	
北京	3		3		6	
上海	3		3		6	
香港	3		2		5	
バンコク	2		3		5	
シンガポール	2		2	+1	4	+1
シドニー	2		3	+1	5	+1
欧州	7		10	+1	17	+1
ロンドン	3		3		6	
パリ	3		4		7	
フランクフルト	1		3	+1	4	+1
米州	11		9		20	
ニューヨーク	5		4		9	
ロサンゼルス	4		3		7	
トロント	2		2		4	
全体	35		39	+3	74	+3

※1 職員数は、平成20年3月31日現在。増減数は平成19年3月31日との比較。

※2 派遣職員数には、派遣嘱託員1名(バンコク事務所勤務)を含む。

《グレードⅢ》

補助者レベル

- ・他のスタッフの事務補助または庶務等に従事
- ・一般消費者からの照会対応には従事するが、外部の事業パートナーとの連絡調整には従事しない。
- ・2～3年程度の短期雇用または人材派遣会社からの派遣スタッフを想定



人事考課の結果を踏まえて昇格

《グレードⅡ》

担当者レベル

- ・本国派遣職員や他の現地事務員と共同で業務を遂行
- ・一定程度の知識、経験を有して、担当職務を着実に遂行できるレベルを想定
- ・事務所を代表して、外部の事業パートナーとの連絡調整にも従事するが、高度な判断については権限を有しない
- ・超過勤務手当は支給する



外部からの登用



人事考課の結果を踏まえて昇格

《グレードⅠ》

責任者レベル (PR Manager、Marketing Managerを想定)

- ・本国派遣職員と同様、担当業務の遂行管理責任者としての位置づけ
- ・超過勤務手当は支給せず、年俸制とする
- ・他の現地事務員に対する指揮命令権を付与することや人事評価に携わらせることも検討



外部からの登用

参考資料5 地方運輸局・地方自治体等訪問実績及び地方連携の例

ブロック名	訪問先	訪問日	ブロック名	訪問先	訪問日	
北海道	北海道旅客鉄道(株)	H19.11.29	中国	(財)広島コンベンションビューロー	H19.11.26	
	北海道	H19.11.29		広島県	H19.11.26	
	北海道運輸局	H19.11.30		広島市	H19.11.26	
	(財)札幌国際プラザ	H19.11.30		(株)中国新聞社	H19.11.26	
	札幌市	H19.11.30		中国運輸局	H19.11.26	
	(社)洞爺湖温泉観光協会	H19.11.30		大田市観光協会	H19.11.27	
東北	東北運輸局	H19.11.29		岡山県	H19.11.27	
	仙台市	H19.11.29		岡山市	H19.11.27	
	東北観光推進機構	H19.11.30		(社)倉敷観光コンベンションビューロー	H19.11.27	
	山形県	H19.11.30		広島商工会議所	H19.11.28	
関東	関東運輸局	H19.11.19		萩市	H20.1.31	
	横浜市	H19.12.25		山口県	H20.2.1	
北陸信越	北陸信越運輸局	H19.12.7		四国	松山市	H19.11.20
	新潟県	H19.12.7			(財)松山観光コンベンション協会	H19.11.20
中部	中部運輸局	H19.11.21	香川県		H19.11.21	
	岐阜県	H19.11.21	四国旅客鉄道(株)		H19.11.21	
	(財)名古屋観光コンベンションビューロー	H19.11.20	四国運輸局		H19.11.21	
	東海旅客鉄道(株)	H19.11.20	(財)高松観光コンベンションビューロー		H19.11.21	
	高山市	H19.11.22	長崎市((社)長崎国際観光コンベンション協会)	H19.12.5		
近畿	近畿運輸局	H19.12.13	九州	福岡市	H19.12.6	
	京都府	H19.12.14		(財)福岡観光コンベンションビューロー	H19.12.6	
	奈良県	H19.12.13		九州観光推進機構	H19.12.7	
	関西広域機構	H19.12.14		九州運輸局	H19.12.7	
	(財)大阪観光コンベンションビューロー	H19.12.14		福岡県	H19.12.7	
				沖縄	(財)沖縄観光コンベンションビューロー	H20.2.12
		沖縄県	H20.2.12			
		連絡協議会：JNTO、県、OCVB、 沖縄総合事務局運輸部	H20.2.12			

<JNTOニュースフラッシュを通じて広報した地方連携の例>

(関西、北海道の地方自治体との連携)

人気テレビ旅行番組「Great Outdoors」の招請による観光地紹介

(2008.1.25 発行「JNTO ニュースフラッシュ」一部抜粋)

JNTO シドニー事務所がVJC 事業として、メディアにおける日本の露出度を増加させるため、当地の大手テレビ局「チャンネル 7」の、平均視聴者数 100 万人という人気旅行番組「Great Outdoors」の日本ロケを働きかけ実施した取材成果が下記の通り報道されました。長寿番組であるこのプログラムは1時間に 5、6 箇所のオーストラリアの国内外の観光地を人気ナビゲーター数名が手分けして紹介していくというものです。

日本の取材は 2 週間にも及ぶものとなりましたが、当所では取材候補地や番組のストーリーに関してアドバイスするとともに、**大阪府、京都市、富良野市、旭川市、日本航空シドニー支店等による各種協力を得て、行程(富良野-旭川-大阪-京都)や受け入れの体制の総合的なコーディネートを行いました。**

オーストラリアにおいて日本は、温泉やスキー場の雪質の魅力に加え、少ない時差や安さ、近さ、また「食」に対する関心などで人気が高まっていますが、今回の招請の関係で放送されたストーリーでは、「旭山動物園」、「旭川冬祭り」、「富良野」、「大阪」、また、「日本に住むオーストラリア人」の紹介があり、アフタースキーの素材を中心とする様々な内容が紹介されました。近く放送される京都編で、今回のプログラムが完結する予定になっています。

(中部地方の地方自治体との連携)

認知度向上に期待増! ロケ協力した人気 TV ドラマが放映開始

(2008.3.14 発行「JNTO ニュースフラッシュ」一部抜粋)

香港の有力地上波放送局「TVB(翡翠台・広東語放送)」の人気恋愛ドラマ「最美麗的第七天」(「The Seventh Day:最も美しい 7 日目」)の放映が開始されました。放映期間は 2 月 18 日-3 月 14 日の月-金、全 20 回(4 週間×5 日)で、3 月の放送分から日本ロケの映像が放送されました。

JNTO 香港事務所では、2007 年 1 月、日本で同ドラマの撮影に協力しました。日本での撮影は、**高山市、金沢市、名古屋市、福井市**などで行なわれ、**JNTO 香港事務所が地域情報の提供等をサポートすると共に、撮影のアレンジやロケ隊の宿泊料金の割引等には、地元自治体や観光事業関係者の皆様に多大なご協力を頂きました。**

香港では、人気 TV 番組で取り上げられたデスティネーションに関して、番組名を宣伝文句にしたツアー造成が行われる機会が多く見られます。本ドラマも例外ではなく、同ドラマのスポンサーを務める旅行会社 Travel Expert 社による、「名古屋・高山・白川郷・兼六園・芦原温泉・東尋坊 4 泊 5 日 HK\$5,580(約 7.8 万円)」等の FIT ツアーのみならず、Sunflower Travel 社により番組ロケ地であることを宣伝文句とした「名古屋・高山・白川郷・兼六園・東尋坊・琵琶湖・京都・大阪 4 泊 5 日 HK\$6,099(約 8.5 万円)」等の団体ツアーも販売されています。ドラマ放映及び広告宣伝や記事での同ドラマのメディア露出に伴い、当該旅行商品への照会が増加しており、Sunflower 社では既に 3 月出発予定の当該ツアーの集客を終えています。

参考資料6 訪問地調査及び消費動向調査の概要

<訪問地調査>

目的:日本を訪れる外国人旅行者の実態を把握することにより、訪日外国人旅行者の誘致戦略の策定や、誘客活動の向上及び、受け入れ体制の整備に資する

調査対象:日本旅行を終え、以下の海空港から出国しようとしている滞在期間が2日から6ヶ月以内の外国人旅行者

調査場所:8空港1海港(成田、関西、中部、新千歳、福岡、那覇、博多港、羽田、仙台)

サンプル数: 14,500票

調査時期:夏2007年7月24日～8月7日

秋 10月1日～21日

冬2008年 2月8日～22日

備考:平成19年度実施調査は平成20年度に調査票の整理、データ入力、分析等を行い報告書として発行する予定。調査票のサンプルは次ページ以降に掲載。

<消費動向調査>

目的:日本を訪れる外国人旅行者が日本訪問に際し消費した金額を調査することにより、訪日外国人旅行者が我が国にもたらす経済効果を計測し、その誘致戦略策定及び受け入れ態勢の整備時に反映させることを目的とする

調査対象:日本旅行を終え、以下の海空港から出国しようとしている滞在期間が2日から6ヶ月以内の外国人旅行者

調査場所:2空港(成田、関西)

サンプル数:4,900票

調査時期:夏2007年12月7日～20日

備考:調査は平成19年度に調査票の整理、データ入力を行い、平成20年度に分析後、報告書を発行する予定。調査票のサンプルは次ページ以降に掲載。

調査票サンプル「訪問地調査」

Japan National Tourist Organization (JNTO) Destination Survey



調査員氏名 夏・秋・冬

Q1 日本到着日 年 月 日 調査日 年 月 日

Q2-1 お住まいはどちらですか。【単数回答】 ※ 国籍ではなく、居住地。

1 韓国	5 タイ	9 オーストラリア	13 ドイツ	99 不明
2 台湾	6 マレーシア	10 米国	14 フランス	
3 中国	7 シンガポール	11 カナダ	15 ロシア	
4 香港	8 インド	12 英国	98 その他	

地名 コード番号

Q2-2 州/省（メールの通り訳をお願い致します）

Q3 性別【単数回答】

Q4 年齢【単数回答】

1 ~19	4 30~34	7 45~49	10 60~64	99 不明
2 20~24	5 35~39	8 50~54	11 65~69	
3 25~29	6 40~44	9 55~59	12 70~	

Q5 あなたの職業は何ですか。【単数回答】

1 経営者・組織役員	5 専門職（医師・弁護士・会計士など）	9 学生
2 会社員（一般社員）	6 自由業（ミュージシャン・デザイナーなど）	10 退職者
3 公務員・団体職員（一般職員）	7 教職（教授・先生）	98 その他
4 自営業	8 主婦	99 不明

Q6 差し支えなければ、あなたの世帯人数及び世帯年収（税込み）を教えてください。別紙の選択肢からお選び下さい。【単数回答】 ※ コード表を見せる。

世帯人数 通貨 選択肢

コード番号



Q7 あなたは結婚されていますか（結婚には事実婚も含みます）。【単数回答】

1 既婚	2 未婚	98 その他	99 不明
------	------	--------	-------

Q8 今回の訪日の主目的は何ですか。【単数回答】

※4ページに及ぶ調査票の1ページ目のみ掲載。

調査票サンプル「消費動向調査」

		Japan National Tourist Organization (JNTO) Consumption Trend Survey of Foreign Tourists Visiting Japan																					
調査員氏名	<input type="text"/>	調査空港	1 成田 2 関西	監督者チェック	<input type="checkbox"/>																		
Q1 日本到着日	<input type="text" value="2007年"/> 月 <input type="text"/> 日	調査日	<input type="text" value="2007年"/> 月 <input type="text"/> 日	<input type="text" value="泊"/>																			
Q2 居住地	<input type="text"/>	コード番号	<input type="text"/>	Q3 国籍	<input type="text"/>																		
Q4 性別【単数回答】	1 男性 2 女性		99 不明																				
Q5 年齢【単数回答】	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>1 ~19</td> <td>4 30~34</td> <td>7 45~49</td> <td>10 60~64</td> <td colspan="2">99 不明</td> </tr> <tr> <td>2 20~24</td> <td>5 35~39</td> <td>8 50~54</td> <td>11 65~69</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td>3 25~29</td> <td>6 40~44</td> <td>9 55~59</td> <td>12 70~</td> <td colspan="2"></td> </tr> </table>					1 ~19	4 30~34	7 45~49	10 60~64	99 不明		2 20~24	5 35~39	8 50~54	11 65~69			3 25~29	6 40~44	9 55~59	12 70~		
1 ~19	4 30~34	7 45~49	10 60~64	99 不明																			
2 20~24	5 35~39	8 50~54	11 65~69																				
3 25~29	6 40~44	9 55~59	12 70~																				
Q6 今回の訪日旅行の主目的は何ですか？【単数回答】	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>1 観光</td> <td>3 親族友人訪問</td> <td>5 トランジット</td> <td colspan="3">99 不明</td> </tr> <tr> <td>2 商用</td> <td>4 国際会議参加</td> <td>98 その他（短期研修／）</td> <td colspan="3"></td> </tr> </table>					1 観光	3 親族友人訪問	5 トランジット	99 不明			2 商用	4 国際会議参加	98 その他（短期研修／）									
1 観光	3 親族友人訪問	5 トランジット	99 不明																				
2 商用	4 国際会議参加	98 その他（短期研修／）																					
Q7 今回の旅行で日本以外の国も訪問しましたか？／訪問しますか？	1 はい 2 いいえ 99 不明																						
Q8 今回の旅行を含めて、何回訪日したことがありますか？ 観光目的では？【単数回答】	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;"><small>全体</small></td> <td style="text-align: center;"><small>観光</small></td> </tr> <tr> <td><input type="text"/>回 / 99 不明</td> <td><input type="text"/>回 / 99 不明</td> </tr> </table>					<small>全体</small>	<small>観光</small>	<input type="text"/> 回 / 99 不明	<input type="text"/> 回 / 99 不明														
<small>全体</small>	<small>観光</small>																						
<input type="text"/> 回 / 99 不明	<input type="text"/> 回 / 99 不明																						
Q9 今回、いっしょに訪日旅行をしたのは誰ですか？【複数回答】	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>1 なし（一人旅）</td> <td>5 同僚</td> </tr> <tr> <td>2 友人</td> <td>98 その他</td> </tr> <tr> <td>3 配偶者・パートナー</td> <td></td> </tr> <tr> <td>4 家族・親族</td> <td>99 不明</td> </tr> </table>					1 なし（一人旅）	5 同僚	2 友人	98 その他	3 配偶者・パートナー		4 家族・親族	99 不明										
1 なし（一人旅）	5 同僚																						
2 友人	98 その他																						
3 配偶者・パートナー																							
4 家族・親族	99 不明																						
Q10 今回旅行費用を共にして一緒に旅行をしたのは、あなたを含めて何人ですか？	<input type="text"/> 人																						
Q11 旅行形態について、以下の中からお選びください（今回の旅行は、団体旅行ですか、個人旅行ですか？パッケージツアーを利用しましたか、しませんでしたか？）【単数回答】	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>1 旅行会社が一般に販売する航空運賃・宿泊費を含むガイド付き団体ツアーに参加</td> <td>→Q12へ</td> </tr> <tr> <td>2 航空券、宿泊がセットになった自由旅行型パッケージツアーを購入</td> <td>→Q12へ</td> </tr> <tr> <td>3 旅行会社が一般販売していない団体ツアーに参加（インセンティブツアー、修学旅行、宗教旅行等）</td> <td>→Q12へ</td> </tr> <tr> <td>4 航空券、宿泊、現地ツアー等を個別に個人手配</td> <td>→Q13へ</td> </tr> <tr> <td>98 その他（</td> <td>） →Q13へ</td> </tr> <tr> <td>99 不明</td> <td></td> </tr> </table>					1 旅行会社が一般に販売する航空運賃・宿泊費を含むガイド付き団体ツアーに参加	→Q12へ	2 航空券、宿泊がセットになった自由旅行型パッケージツアーを購入	→Q12へ	3 旅行会社が一般販売していない団体ツアーに参加（インセンティブツアー、修学旅行、宗教旅行等）	→Q12へ	4 航空券、宿泊、現地ツアー等を個別に個人手配	→Q13へ	98 その他（	） →Q13へ	99 不明							
1 旅行会社が一般に販売する航空運賃・宿泊費を含むガイド付き団体ツアーに参加	→Q12へ																						
2 航空券、宿泊がセットになった自由旅行型パッケージツアーを購入	→Q12へ																						
3 旅行会社が一般販売していない団体ツアーに参加（インセンティブツアー、修学旅行、宗教旅行等）	→Q12へ																						
4 航空券、宿泊、現地ツアー等を個別に個人手配	→Q13へ																						
98 その他（	） →Q13へ																						
99 不明																							

外国人の訪問先、「新宿」が3年連続でトップ JNTO 訪日外客実態調査 2006-2007〈訪問地調査編〉発行

※平成20年2月5日報道発表から抜粋。

国際観光振興機構(JNTO)は、この度、外国人旅行者の実態や国内の訪問地などをまとめた「JNTO 訪日外客実態調査 2006-2007〈訪問地調査編〉」を発行した。外国人旅行者全体の都市・観光地別訪問率ランキングでは、1位新宿(26.7%)、2位大阪市(21.4%)、3位京都市(20.1%)、4位銀座(15.2%)、5位渋谷(14.7%)と、新宿が3年連続でトップになった。

JNTOはその要因として、新宿は宿泊施設が充実しているため外国人旅行者の宿泊も比較的多く、独特の街の雰囲気に加え、ショッピングの魅力を求めて多くの外国人観光客が訪れるため、とみている。

なお、主な市場別の特徴は以下の通りである：

<韓国>

東京都内、東京周辺、関西の観光地のほかに、福岡市、別府、阿蘇山、熊本市といった九州の観光地が上位を占める。

<台湾>

大阪市(22.1%)と新宿(22.1%)が1位。大阪市は3年連続でトップ。また、東北や北陸の伸びが著しく、札幌・定山溪、小樽といった北海道の観光地もランキングの上位にあがっている。

<中国>

1位大阪市(40.4%)、2位京都市(30.2%)の訪問率が非常に高く、箱根や富士山といったゴールデンルート上の観光地の訪問率が高い。

<香港>

1位新宿(42.5%)の訪問率が非常に高く、東京ディズニーリゾートの訪問率も他市場と比べて高い。また、札幌・定山溪、小樽、富良野といった北海道の観光地がランキングの上位にあがっている。

<米国>

東京都内、京都市、大阪市、名古屋といった大都市、産業都市に加えて、広島市、奈良市、鎌倉等日本の伝統文化を鑑賞できる観光地が上位を占める。

<英国>

新宿が前年度1位の銀座を抜いてトップとなった。東京都内の観光地の多くが上位を占める。

※注：訪問率＝「今回の旅行中に当該地を訪問した」と答えた回答者数÷全回答者数(N)×100

満足度(推薦率)トップは「ニセコ」「白馬」～JNTO 訪日外客実態調査 2006-2007<満足度調査編>発行～

※平成 20 年 3 月 26 日報道発表から抜粋。

国際観光振興機構(JNTO)は、この度、訪日外国人旅行者の満足度や訪問先評価情報などをまとめた「JNTO 訪日外客実態調査 2006-2007<満足度調査編>」を発行した。主なポイントは以下の通りである。

① 外国人旅行者全体の都市・観光地別推薦件数ランキングでは、1 位京都市(1,162 人)、2 位大阪市(611 人)、3 位新宿(535 人)と、訪問件数の多い大都市が上位に上がった。

② 訪問件数に占める推薦件数の割合(推薦率)を見ると、ニセコ(63.9%)、白馬(63.2%)、立山・黒部(62.4%)といった地方の観光地における満足度の高さが目立った。

(ニセコ、白馬に関しては、近年の日本のスキー場人気に伴い、スキーという明確な訪日目的を持った SIT [Special Interest Tour] 客が、これらの訪問地に大変満足していることが窺える。これらの地方観光地は、訪問件数は少ないものの訪問者の推薦率が非常に高いことから、今後の PR 次第で訪問率の伸びが大いに期待される。)

③ 主な市場別の特徴は以下の通り;

<韓国>

推薦件数トップはお台場(210 人)。湯布院、ハウステンボス、別府など九州の観光地は、訪問件数が多く推薦率も高い。

<台湾>

推薦率ランキングにおいては、立山・黒部が 67.6%と非常に高い。また、富良野、阿寒・摩周・屈斜路、洞爺湖といった北海道の観光地が上位を占める。

<中国>

ゴールデンルート上の観光地の多くが推薦件数上位を占め、富士・箱根周辺の推薦率が高い。都内の訪問地も推薦率ランキング上位にあがっている。

<香港>

都内や他の大都市以外に、北海道の観光地が推薦件数の上位を占める。推薦率では、ニセコが 71.4%と非常に高く、宮城県の観光名所もランクインしている。

<米国>

推薦件数、推薦率ともに京都市が上位。推薦率では、沖縄県の訪問地が上位にあがっている。また「日本の歴史と伝統」を感じられる場所の推薦率が高い。

<英国>

推薦件数は、京都市が他を引き離してトップとなり、推薦率も最も高い。東京都内や他の大都市のほかに、鎌倉、日光の推薦率も高い。

※ 同調査は、2006 年から 2007 年にかけて国内の主要空海港で実施した外国人旅行者へのインタビュー(有効サンプル数: 13,891)に基づくもの。

参考資料8 第5回インバウンド旅行振興フォーラム開催報告 ※ウェブサイトからの抜粋

平成20年2月8日、JNTO は「第5回 JNTO インバウンド旅行振興フォーラム」をお台場の日本科学未来館で開催しました。全国から地方公共団体、宿泊施設、旅行会社、運輸機関など、JNTO の賛助団体及び会員の皆様を中心とした300名を越す方々にご出席いただきました。

今回は、「事業報告会」において、平成20年度に向けたJNTO 事業活動の展望の説明に加え、新たな試みとして、訪日外客実態調査の概要報告や JNTO ウェブサイトの現状と展望についてもご説明し、JNTO の活動をよりご理解いただけるよう取り組みました。

また、「市場説明会」会場の一本化による開催時間重複の解消や、全会場の1フロア集約など、ご参加くださった皆様の利便性の向上にも努めました。当日の夜に開催した恒例の「交流会」にも、多くの皆様にご参加いただき、意見交換、ビジネスコンタクトの場として、ご活用いただきました。ご参加いただきました皆様には心より御礼申し上げます。

※JNTO ウェブサイト(http://www.jnto.go.jp/jpn/biz_partners/inbound_forum07.html)から抜粋。



<事業報告会>



<個別相談会>



<市場説明会>



<交流会>

参考資料9 中国語ウェブサイトのトップページ

【中国語(繁体字サイト)】<http://www.welcome2japan.hk/>



【中国語(簡体字サイト)】<http://www.welcome2japan.cn/>



参考資料10 ウェブサイトの言語別アクセス数推移

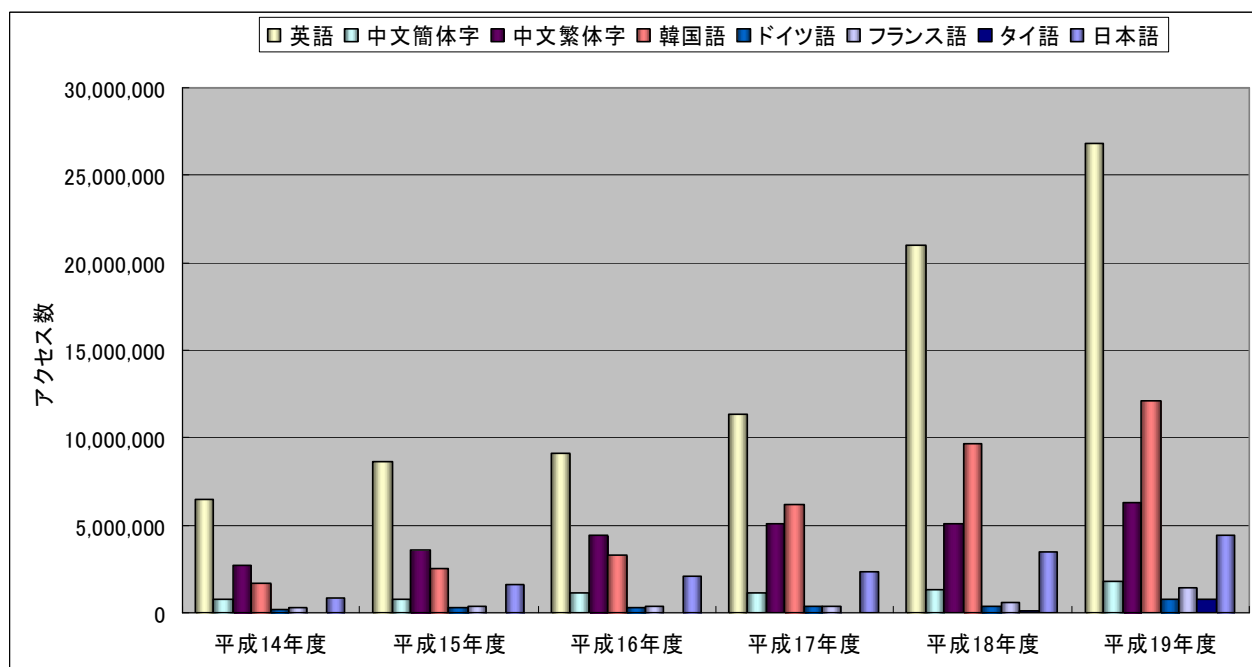
平成14年度～平成19年度の JNTO ウェブサイト言語別アクセス数(pv)

	平成14	平成15	平成16	平成17	平成18	平成19	平成19年度増加率	
	年度	年度	年度	年度	年度	年度	対平成14年度	対平成18年度
英語	6,490,429	8,591,221	9,136,766	11,369,768	21,010,802	26,817,929	313.2%	27.6%
韓国語	1,672,979	2,493,876	3,277,092	6,164,634	9,726,591	12,113,641	624.1%	25.1%
中文繁体字	2,727,849	3,597,718	4,362,552	5,037,615	5,056,723	6,271,563	129.9%	24.0%
中文簡体字	728,780	796,724	1,149,894	1,140,272	1,304,240	1,770,208	142.9%	35.7%
ドイツ語	198,947	305,887	314,199	368,812	411,213	748,899	276.4%	82.1%
フランス語	276,408	335,467	352,968	358,969	595,823	1,367,708	394.8%	129.5%
タイ語	---	---	---	---	57,861	714,006	---	1,134.0%
日本語	881,760	1,570,161	2,090,896	2,381,772	3,495,931	4,377,148	396.4%	25.2%

※上記以外に各言語に分類しないアクセスがある。

※日本語による観光情報の提供は行っていない。

※タイ語は平成19年1月に新規開設。



言語別地域観光情報アクセスランキング(上位 20 位)

	英語	韓国語	中文簡体字	中文繁体字
1	新宿	新宿	新宿	小樽
2	箱根	渋谷	銀座・日本橋	新宿
3	皇居周辺	お台場	秋葉原	富良野
4	渋谷	池袋	浅草	軽井沢
5	銀座・日本橋	銀座・日本橋	お台場	函館
6	秋葉原	札幌大通公園	渋谷	登別
7	浅草	梅田	箱根	洞爺湖
8	上野	皇居・丸の内・霞ヶ関	皇居・丸の内・霞ヶ関	心齋橋
9	札幌大通公園	原宿・表参道	札幌大通公園	層雲峡
10	赤坂・六本木	博多	小樽	旭川
11	京都駅周辺	心齋橋	池袋	札幌大通公園
12	原宿・表参道	大阪城	心齋橋	お台場
13	日光市内	道頓堀	登別	知床
14	池袋	秋葉原	上野	浅草
15	富士山(静岡)	赤坂・六本木	原宿・表参道	稚内
16	東京中心部(丸の内・霞ヶ関)	浅草	赤坂・六本木	網走
17	お台場	那覇市内	洞爺湖	池袋
18	梅田	函館	名古屋城	定山溪
19	高山	小樽	定山溪	渋谷
20	富士山(山梨)	鹿児島市	軽井沢	梅田

※網掛は都内の観光地。

※地域観光情報は英、中文(繁体字、簡体字)、韓の4言語で提供。

※英語は「皇居・丸の内・霞ヶ関」を、「皇居周辺」と「東京中心部(丸の内・霞ヶ関)」に分割。

JNTO ウェブ地域観光情報閲覧端末の所在国ランキング(上位 20 位)

順位	英語		韓国語		中文簡体字		中文繁体字	
1	アメリカ合衆国	23.4%	韓国	82.2%	中国	44.0%	香港	42.7%
2	日本	18.7%	アメリカ合衆国	11.3%	日本	19.0%	台湾	42.5%
3	シンガポール	12.4%	日本	4.1%	香港	10.1%	中国	3.7%
4	オーストラリア	7.1%	中国	0.3%	アメリカ合衆国	8.8%	アメリカ合衆国	3.5%
5	タイ	5.4%	カナダ	0.2%	シンガポール	4.2%	日本	2.7%
6	香港	4.5%	マレーシア	0.2%	台湾	3.9%	マカオ	1.0%
7	カナダ	3.7%	スウェーデン	0.2%	マレーシア	2.3%	カナダ	1.0%
8	英国	3.1%	スペイン	0.2%	オーストラリア	1.3%	オーストラリア	0.8%
9	マレーシア	2.5%	オーストラリア	0.1%	韓国	1.1%	シンガポール	0.5%
10	中国	1.9%	アラブ首長国連邦	0.1%	スウェーデン	1.1%	マレーシア	0.2%
11	スペイン	1.3%	モロッコ	0.1%	カナダ	0.9%	韓国	0.2%
12	欧州連合	1.1%	香港	0.1%	マカオ	0.4%	イギリス	0.2%
13	ドイツ	1.0%	イタリア	0.1%	タイ	0.4%	スウェーデン	0.2%
14	イタリア	0.9%	ドイツ	0.1%	スペイン	0.2%	フランス	0.1%
15	台湾	0.8%	台湾	0.1%	デンマーク	0.2%	ニュージーランド	0.1%
16	フランス	0.8%	フランス	0.1%	イギリス	0.2%	欧州連合	0.1%
17	韓国	0.8%	デンマーク	0.0%	欧州連合	0.2%	タイ	0.1%
18	オランダ	0.8%	シンガポール	0.0%	ドイツ	0.2%	ドイツ	0.0%
19	インドネシア	0.6%	ニュージーランド	0.0%	フランス	0.2%	アフガニスタン	0.0%
20	スウェーデン	0.6%	フィリピン	0.0%	ラトビア	0.1%	スイス	0.0%

※JNTO ウェブ地域観光情報を閲覧した端末が所属する国のランキング。

※「欧州連合」は、EU を一つの国と見なしたインターネット上の分類。2005 年に新設された。

- ・英語、中文簡体字は日本国内からのアクセスが20%程度あり、在日外国人及び訪日後旅行者の利用を示唆。
- ・中文繁体字は台湾、香港からのアクセスで全体の8割以上を占める。
- ・韓国語は8割近くが韓国国内からのアクセス。

参考資料11 メディア広報事業の代表的成果

国・地域名	媒体名(種類)	発行部数又は視聴者数	記事概要
韓国	東亜日報 (日刊紙)	220万部	韓国の主要三大紙の一つ、東亜日報において、鹿児島、神奈川、新潟、北海道の高級旅館が、1回1面、計7回に渡って写真入で紹介された。また、記事は同新聞のウェブサイトにも掲載され、各旅館の動画も見ることができ、高い広報効果をあげた。
中国(香港)	Television Broadcast Limited (TVB) (テレビ)	120万人	香港の人気俳優が出演し、平日ゴールデンタイムに放映された恋愛ドラマ。全20話中8話が高山・白川郷・金沢など北陸地域を舞台としている。
中国	世界 (旅行業界月刊紙)	20万部	日本秋&紅葉特集。43ページに渡って、京都、東京、北海道の紅葉観賞名所について詳細紹介。
タイ	Japan For All Seasons (ガイドブック)	5万部	タイで初めての「大人」を対象にした本格的なFIT向け日本ガイド。JRバスを利用して巡る、四季折々の日本の魅力を紹介。
タイ	Pin Toh Tao Lek (テレビ)	500万人	人気グルメ旅行番組。東北・東京、中部・関西を計8回で特集。各地の文化の歴史的背景にも深く言及し、食を中心に日本の文化を魅力的に紹介。
シンガポール	MediaCorp Channel 8 (テレビ)	40万人	シンガポールで最も権威のあるテレビ番組の授賞式「Star Award 2007」にて、ベストバラエティ番組賞を受賞した中国語の週刊観光バラエティ番組「Say It If You Dare」で4週連続で日本を取り上げ、各回で東京、仙台、北海道、大阪を紹介。
豪州	Great Outdoors (テレビ)	250万人	人気レポーターを起用した豪州内で最も人気の高い旅行番組。2007年4月～9月に計4回、それぞれ旭山動物園(北海道旭川)、大阪のショッピング、大阪(在日豪州人に着目)、富良野のをテーマとした特集を放映。
カナダ	enRoute (Air Canada月刊機内誌)	20万部	表紙全面に満開の桜と日本女性の写真掲載。誌中では、「香り」をテーマとして、前衛的レストラン、香道など日本のユニーク且つ洗練された伝統、現代文化を125ページにわたり紹介。
米国	Travel Age West (旅行業界月刊紙)	3万部	訪日客の多い米国西海岸エリアをカバーする業界雑誌。5.25ページにわたり、最先端・ポップな日本を中心テーマに、パークハイアット、銀座秋葉原、築地市場、原宿・渋谷を詳細に紹介。
米国	世界日報 (季刊誌)	36万部	中華系最大手の新聞の旅行関係季刊誌。6.5ページにわたり、広島・大阪・兵庫の木造世界遺産を中心にその魅力を写真と共に詳細に説明。
米国	Conde Nast Traveler (月刊旅行雑誌)	80万部	高野山についての特集記事。写真付きで16ページにわたり名所、アクセス方法、真言宗の歴史に至るまで紹介している。
米国	Food & Wine (月刊グルメ雑誌)	95万部	東京の日本食レストランの体験段を写真、連絡先つきで9ページにわたり紹介。日別に詳しく紹介しており、また、内容も精進料理からイタリアンまで多種にこんでカバーされている。
ドイツ	Welt am Sonntag (週刊紙)	42万部	「日本のマヨルカ島」として沖縄を紹介。ドイツ人に人気のリゾート地であるマヨルカ島と沖縄を比較しつつ、沖縄の名所や長寿文化、リゾート施設等沖縄の魅力を伝える内容。
フランス	Echappees Belles (France 5) (テレビ)	100万人	ビジネスセンターとして賑わう新宿、伝統的な浅草寺と仲見世、庶民的で人情あふれる谷中、自然豊かで閑静な鎌倉等といった東京とその近辺の色々な顔を紹介する、充実したルポルタージュ。東京に住む人々を通してその地の魅力に迫るという内容。
英国	CNN Business Traveller (テレビ)	2億世帯	世界8地域(北米、南米、アフリカ、日本、中東、欧州、南アジア、アジア・大洋州)で同時放映。日本の最新技術に着目し、ペニンシュラ東京や携帯を使用した最新システム、最新電気機器などを紹介。全般にわたって日本の高い技術力に迫る内容。
英国	BBCJET SET (テレビ)	800万世帯	クイズ当選者が豪華旅行を楽しむ内容。様々な趣向が用いられ、東京の魅力を紹介された。ポップカルチャー(漫画家との面会)、ショッピング、ヘリクルーズ等内容も充実している。

参考資料12 メディア広報事業実績の内訳

媒体の種類		地域					合計
		米州	欧州	豪州	アジア	その他	
ガイドブック	メディア広報事業	1件	7件	1件	8件	0件	17件
	海外プロモーション事業	0件	0件	0件	0件	0件	0件
	海外事務所独自事業	0件	6件	0件	1件	0件	7件
	VJC事業	0件	2件	0件	1件	0件	3件
新聞・雑誌 (一般誌)	メディア広報事業	80件	114件	33件	42件	0件	269件
	海外プロモーション事業	2件	3件	15件	37件	0件	57件
	海外事務所独自事業	255件	281件	14件	262件	0件	812件
	VJC事業	24件	48件	38件	44件	0件	154件
新聞・雑誌 (業界誌)	メディア広報事業	5件	5件	1件	3件	0件	14件
	海外プロモーション事業	1件	4件	0件	0件	0件	5件
	海外事務所独自事業	14件	79件	4件	163件	0件	260件
	VJC事業	6件	1件	1件	6件	1件	15件
テレビ・ラジオ	メディア広報事業	19件	46件	0件	71件	0件	136件
	海外プロモーション事業	0件	0件	4件	0件	0件	4件
	海外事務所独自事業	70件	7件	0件	46件	0件	123件
	VJC事業	0件	8件	0件	18件	0件	26件
その他	メディア広報事業	10件	9件	0件	1件	0件	20件
	海外プロモーション事業	0件	0件	0件	0件	0件	0件
	海外事務所独自事業	8件	44件	2件	47件	0件	101件
	VJC事業	1件	6件	7件	2件	0件	16件
合計	メディア広報事業	115件	181件	35件	125件	0件	456件
	海外プロモーション事業	3件	7件	19件	37件	0件	66件
	海外事務所独自事業	347件	417件	20件	519件	0件	1303件
	VJC事業	31件	65件	46件	71件	1件	214件

* 上記地域分類は、発行国ベースとなっている。例えば、BKKで斡旋したガイドブックが英国で出版される場合、欧州に分類される。

* 実績値には、前年度以前に取材協力・招聘した成果が含まれる。

参考資料13 シンガポール Media Corp Channel8 テレビ放送内容

2007年10月17日放送 Media Corp Channel 8「Say It If You Dare」

紹介地： 東京(アメ横、ナムコナンジャタウン)、岩手(小岩井農場、わんこそば)

仙台(朝市、松島、秋保温泉)、北海道(旭山動物園、登別温泉)

北海道(二条市場、倶知安、函館)、大阪(大阪城、USJ、道頓堀、アジア太平洋トレードセンター、お好み焼き体験)

視聴者数： 40万人



《放送内容要約》

この番組はシンガポールの人気コメディアン・スター2名(Mark Lee,と Jeff Won)が日本各地の観光地を訪問し、習いたての日本語を駆使して周りの旅行者などとコミュニケーションするコメディと、訪問地の風土、観光スポット、郷土料理の紹介を組み合わせた観光バラエティ番組。シリーズは全13話で、韓国、ミャンマー、タイでの取材も行われたが、日本編は8月26日～9月8日にかけて取材が行われ、10月17日(水)から11月7日(水)までの毎週水曜日の20時30分からのゴールデンタイムに30分番組として、シリーズの最終回を含めて合計4話が放映された。

本番組の作成に際しては、JNTO が賛助団体、会員の地方自治体、航空会社、ホテルと協力して、取材支援を行い、非常に魅力的な内容に仕上がった。

その結果、本番組は、12月16日に行われた「Star Award 2007」(シンガポールで最も権威のあるテレビ番組の授賞式で、米国のエミー賞に相当)において、見事、今年の Best Variety Program を受賞した。また、同番組に出演した2名のホストの内、Mark Lee 氏は、「Best Show Host」にも選ばれた他、「Top 10 Most Popular Male Artistes」にも選出された。

JAPAN NATIONAL
TOURIST
ORGANIZATION



INSIDE THIS
ISSUE:

- Train travel 2
specials
- Useful 2
websites
- Showrooms in 3
Tokyo
- What's on in 4
Japan

Japan Travel News

WINTER 2007
JULY - SEPTEMBER

Snow 'n' ski Japan

On May 28, the JNTO hosted a 'Snow 'n' Ski Japan' seminar at the Hilton Sydney to promote Japan's ski fields.

Aimed at Sydney based ski retailers and wholesalers, travel agents and airlines servicing Japan, the seminar was designed to provide participants with the latest information and offerings from Japan's leading ski resorts.

Delegations from ski areas in Hokkaido, the Tohoku region, and Nagano and Niigata Prefectures gave presentations about their regions and participated in a networking session following the seminar. More than 50 representatives from Japan attended the seminar.

"The ski market is vitally important for Japanese inbound tourism," said JNTO Sydney office Executive Director, Jotaro Horiuchi. "Japan's growing popularity among Australian skiers and snowboarders is reflected in the 2006-07 inbound visitor numbers."

It is estimated that more than 20,000 Australians visited Japan's ski fields during the 2006-07 season - a 30 percent increase on the 2005-06 season.

"Five years ago, Japan's ski fields were unheard of in the international market," said Mr Horiuchi. "With mountains covering 70 percent of the country's land area, and some of the driest, lightest and deepest powder snow in the world, Japan is a worthy contender as an international ski destination."

Japan's advantages over its North



©Furano Tourist Association

American and European counterparts include its proximity to and accessibility from Australia. Direct flights operate out of Sydney daily. Thanks to an efficient and reliable transportation system connecting Japan's major international airports and the snowfields, skiers and boarders can be blazing trails through the powder less than 24 hours after leaving Australia.

There is a two hour time difference during the ski season which means no jetlag. Moreover, the depreciating Japanese yen has made Japan an affordable destination for Australians.

"We have a strong feeling that Japan is growing to be a holiday destination through skiing," said Mr Horiuchi. "Australians visiting Japan can experience natural hot springs, Japanese food, snow festivals, snow monkeys, temples and shrines, and meet the local

Japanese people. I believe all these encounters can enrich the experience Australian visitors have at our ski fields."

The JNTO Sydney office has produced a 'Snow 'n' Ski Japan' booklet (pictured below), which gives an overview of Japan's snowfields. For a complimentary copy, send an email to jnto@tokyonet.com.au.

Rebecca Honda



For Japan ski operator listings, visit www.jnto.go.jp/syd/syd_info/ski/skiop.html

参考資料15

海外事務所別のニュースレター発行、セミナー、旅行会社招請、メディア招請の実施状況

	ニュースレター類の発行件数	セミナー		旅行会社招請				旅行会社招請人数
		件数	人数	単独催行		YOKOSO! JAPANトラベルマート春(4月)	YOKOSO! JAPANトラベルマート秋(9月)	
				件数	人数	人数	人数	
ソウル	30	0	0	2	32	24	30	86
北京	24	4	220	1	16	4	10	30
上海	21	3	202	1	20	4	14	38
香港	24	4	281	1	8	18	18	44
バンコク	16	6	497	2	36	2	26	64
シンガポール	8	0	0	1	5	18	24	47
シドニー	23	4	208	3	25	8	15	48
ロンドン	10	3	45	3	15	0	16	31
パリ	10	14	1,347	4	44	0	20	64
フランクフルト	8	19	999	1	14	1	14	29
ニューヨーク	24	14	650	0	0	1	5	6
ロサンゼルス	6	19	889	2	23	0	23	46
トロント	4	3	30	4	38	0	8	46
本部		0	0	1	8	1	18	27
合計	208	93	5368	26	284	81	241	606

	メディア招請						メディア招請人数
	JNTO本部事業(メディア広報予算)		JNTO本部事業(海外プロモーション予算)		VJC事業		
	件数	人数	件数	人数	件数	人数	
ソウル	11	20	12	12	2	3	35
北京	2	8	1	2	3	21	31
上海	0	0	0	0	1	1	1
香港	17	31	0	0	0	0	31
バンコク	17	70	1	6	1	6	82
シンガポール	2	9	0	0	0	0	9
シドニー	16	38	0	0	1	5	43
ロンドン	44	63	0	0	1	5	68
パリ	21	38	5	8	2	2	48
フランクフルト	15	24	0	0	1	4	28
ニューヨーク	53	63	1	1	1	1	65
ロサンゼルス	12	21	1	3	0	0	24
トロント	6	8	0	0	2	9	17
本部	12	28	0	0	2	9	37
合計	228	421	21	32	17	66	519

※YOKOSO! JAPAN トラベルマート(商談会)は、日本において、アジア豪州の旅行会社を対象として実施したトラベルマート春(4月)と、全世界の旅行会社を対象としたトラベルマート秋(11月)の年2回実施している。合わせて、トラベルマート参加者にファミトリップをVJC/JNTOは提供している。

The screenshot shows a Mozilla Firefox browser window displaying the website 'Japan Preiswert - DTI Academy'. The address bar shows the URL: http://www.japan-schulung.de/index.plex/japan/japan_preiswert2?op=generateItem&subitem=4COGrqsWlp7MyubUnkfZcw. The page has a red header with a pattern and logos for 'Yokoso! JAPAN' and 'Japan JNTO'. A navigation menu includes 'KURSANFANG', 'KURSIHALT', 'DOWNLOAD', 'DRUCKEN', 'MAIL AN DEN TUTOR', and 'INFOS'. The main content area is titled '3. Preiswert übernachten in Japan' and '3.1. Ryokan und Shukubo'. It contains text about traditional Japanese inns (Ryokan) and temples (Shukubo), along with a 'SparTIPP' section. An image of a traditional Japanese inn is shown with the caption 'Kleines Inn in Tochigi'. The page ends with a '完了' (Completed) status and navigation buttons for 'zurück' and 'nächste Seite'.

※ドイツで5月に開始したJapan Travel Specialist(JTS)の第二コース「Japan preiswert(お得な日本)」の画面。

参考資料17 ビジット・ジャパン案内所とは



大宮駅観光案内所<埼玉県>



弘前市立観光館<青森県>

「ビジット・ジャパン案内所(略称:「V」案内所)」とは、全国各地で観光客に情報を提供する対面式の案内所のうち、外国語を話すスタッフが常勤する、外国語パンフレットを常備する等、外国人観光客が利用しやすい環境を整えた案内所について、国際観光振興機構(JNTO)が指定しているものです。

JNTO では、「V」案内所間のネットワークを確立し、印刷物やEメール、研修会等によりネットワーク内での情報交換・共有化を進め、外国人観光客が独り歩きできる全国レベルでの環境整備を展開しております。

「V」案内所の所在地は、各地の観光情報とともに海外13箇所の JNTO 観光宣伝事務所等で配布している JNTO 外国語日本観光宣伝印刷物や、多くのアクセスを誇る JNTO ウェブサイトに掲載され、広く全世界に PR されています。

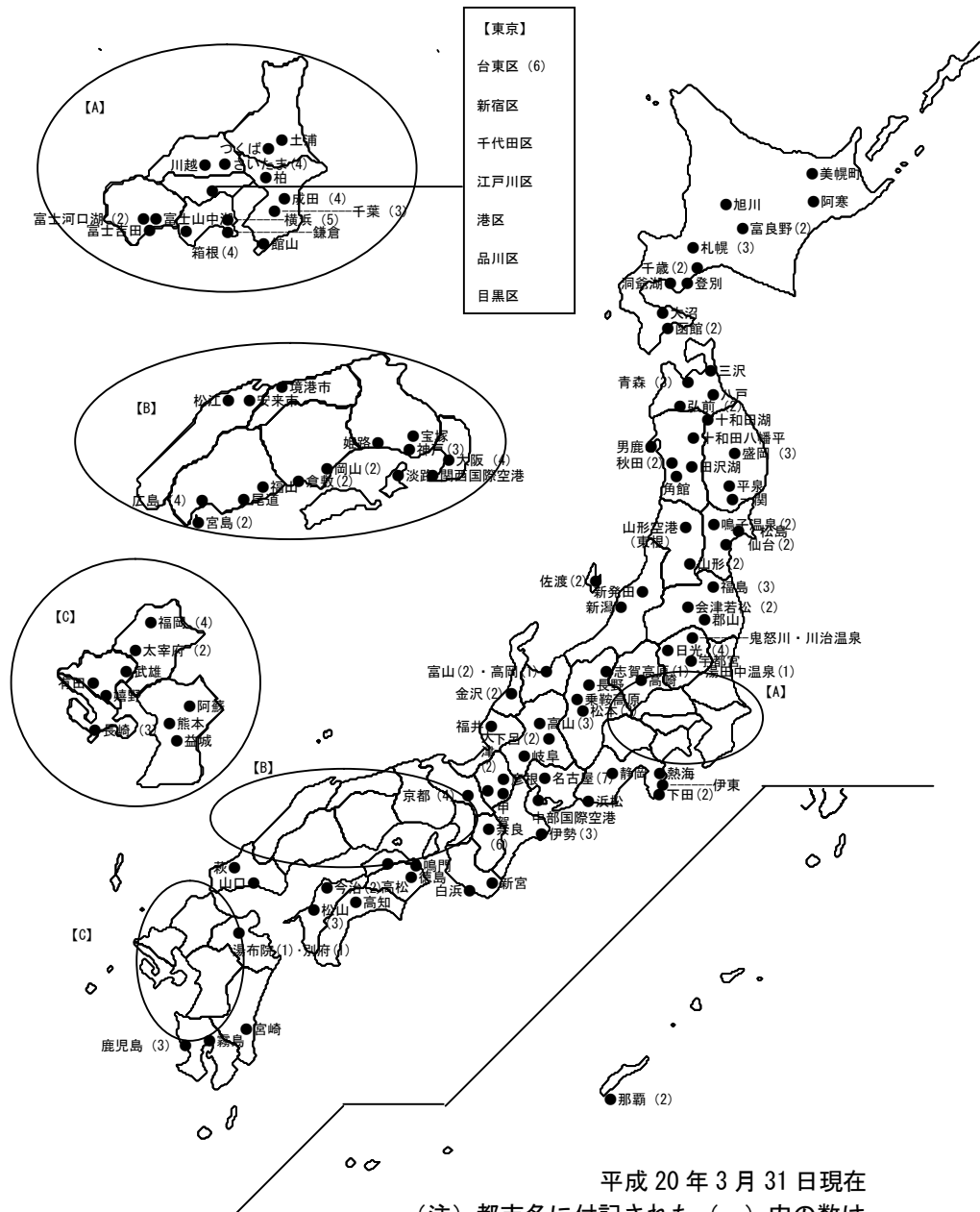
「V」案内所は、地方自治体などの公的団体や鉄道会社等、官民のさまざまな組織が運営を行っており、平成20年4月1日現在で全国に216箇所あります。

JNTO は、外国人旅行者が最も集中する東京において、ツーリストインフォメーションセンター(TIC)を運営し、全国の観光案内所の中核的存在として外国人来訪客に対し、各地の「V」案内所が提供している着地情報に加えて、日本についての一般基本情報、全国観光地情報を総合的に提供しています。さらに、TIC 内に「V」サポートセンターを設置し、全国の「V」案内所への全面的なバックアップを行っています。

各地の「V」案内所には、外国人客がすぐに認識できるよう、「？」で表した右記の共通マークが掲示されています。



参考資料18 ビジット・ジャパン案内所の所在地



参考資料19 アドバイザリー・コミッティ、特別顧問会議のメンバー

アドバイザー・コミッティ(全14名)		特別顧問会議(全15名)	
佐和 隆光	座長 立命館大学 政策科学研究科教授 京都大学 経済研究所特任教授 国立情報学研究所副所長	御手洗 富士夫	座長 (社)日本経済団体連合会 会長
阿比留 雄	日本原子力発電(株)顧問	大塚 陸毅	東日本旅客鉄道(株) 代表取締役社長
五十嵐 徹	産経新聞論説副委員長	小倉 和夫	独立行政法人 国際交流基金理事長
隈元 信一	朝日新聞論説委員	佐藤 茂雄	(社)日本民営鉄道協会会長
田崎 史郎	時事通信解説委員長	佐藤 義正	(社)国際観光旅館連盟会長
寺田 輝介	(財)フォーリン・プレスセン ター理事長	新町 光示	(社)日本旅行業協会会長
松田 英三	読売新聞社論説委員	寺嶋 潔	(財)運輸政策研究機構会長
葉 千榮	東海大学教授 ジャーナリスト キャスター	飛田 克夫	ジャパニーズ イン グループ会長
吉野 源太郎	日本経済研究センター客 員研究員、元日本経済新 聞論説委員	中村 徹	(社)日本観光協会会長
李 容淑	(株)リンカイ取締役社長	中村 裕	(社)日本ホテル協会会長
アイシャ・レバイ ン	元亀岡市国際交流員	額賀 信	(株)ちばぎん総合研究所 取締役社長
アンドリュー・ マーク・リー	アイポニックス・ジャパン (株)代表取締役	船山 龍二	(社)日本ツーリズム産業団体 連合会会長
クリスチャン・ ポラック	(株)セリク代表取締役社長	向山 秀昭	帝京大学教授
ベッティーナ・ ラングナー・寺本	ラングナー寺本建築 デザイン研究所代表	山田 啓二	京都府知事
		山元 峯生	定期航空協会会長

※肩書きは全て、開催当時のもの。

参考資料20 報道発表案件一覧

発表時期	報道発表案件
平成19年4月	1.訪日外国人旅行による経済波及効果は6兆円に迫る 2.訪日外客数・出国日本人数(2007年 3月推計値 1月暫定値)
平成19年5月	1.JNTO ウェブサイト日本語版をリニューアルオープン 2.平成19年度 通訳案内士試験の実施 3.訪日外客数・出国日本人数(2007年 4月推計値 2月暫定値)
平成19年6月	1.「ビジット・ジャパン案内所」拡大に向けて 2. JNTO シンガポール事務所開設一周年をむかえて 3. 2010年(1,000万人達成時)、経済波及効果は6兆円に! 4. 国際会議の開催・誘致拡大 5. 平成18年度 JNTO 訪日観光ポータルサイトは前年比50%の伸び 6. 訪日外客数・出国日本人数(2007年 5月推計値 3月暫定値)
平成19年7月	1.世界の国際観光客数、過去最高の8.4億人に(2006年) 2.平成19年度「国際観光テーマ地区等推進協議会総会」を開催 3.訪日外客数・出国日本人数(2007年6月推計値、4月暫定値)
平成19年8月	1. JNTO「日本の国際観光統計(2006年版)」を発行 2. 訪日外客数・出国日本人数(2007年7月推計値、5月暫定値)
平成19年9月	1.「第4回 JNTO 特別顧問会議」を開催 2.外国人観光客の訪日動機のトップは「ショッピング」 3.「ユンナの秋」－韓国若手トップアーティストを起用したVJCキャンペーン 4.訪日外客促進のための欧州共通VJC広告を実施 5.アメリカ発高級ツアーが好調 A&Kツアーが9月下旬に来日 6.訪日外客数・出国日本人数(2007年8月推計値、6月暫定値)
平成19年10月	1.訪日外客数・出国日本人数(2007年9月推計値、7月暫定値)
平成19年11月	1.平成19年度通訳案内士筆記(第1次)試験の日本地理、日本歴史及び一般常識問題の採点取り扱いについて 2.国際コンベンション統計(2006年)まとまる 3.日本で唯一のコンベンション見本市「IME2007」を開催 4.訪日外客数・出国日本人数(2007年10月推計値、8月暫定値)
平成19年12月	1.訪日個人旅行者の憧れは「本場の日本料理を食べる」こと 2.「ビジット・ジャパン案内所」研修会を開催 3.米国からの富裕層旅行者を取り込み 4.「忘れられない体験」で訪日旅行の新たな魅力をPR 5.訪日外客数・出国日本人数(2007年11月推計値、9月暫定値)
平成20年1月	1.平成19年度通訳案内士試験の合格発表 2.訪日外客数・出国日本人数(2007年12月及び年計推計値、10月暫定値)
平成20年2月	1.外国人の訪問先、「新宿」が3年連続でトップ 2.「物価高」イメージは大幅に減少～外客満足度調査を実施～ 3.「ビジット・ジャパン案内所」研修会を京都にて開催 4.国際会議主催団体の海外キーパーソン10人が日本を視察

	5.訪日外客数・出国日本人数(2008年1月推計値、2006年11月暫定値)
平成20年3月	1.満足度(推薦率)トップは「ニセコ」「白馬」 2.訪日外客数・出国日本人数(2008年2月推計値)

参考資料21 職員講演実績

	開催日	主催者	講演会名	派遣講師	講演内容
1	2007年5月23日	新潟県産業労働観光部	新潟県国際観光テーマ地区推進協議会 研修会	鈴木 克明 (海外市場開拓部Mgr)	アジア市場の動向及び受入対策
2	2007年5月31日	(社)日本ツーリズム産業団体連合会	TIJ寄附講座	安田 彰 (理事)	訪日外国人旅行者の誘致政策
3	2007年6月6日	東海地区外国人観光誘致促進協議会平成19年度総会	東海地区外国人観光誘致促進協議会平成19年度総会講演	谷口 せい子 (TICセンター長)	外国人観光客誘致に関する取組
4	2007年6月14日	(独)国際協力機構(JICA)	観光振興とマーケティングセミナー	加藤 英一 (事業開発部長)	JNTOの役割と活動
5	2007年6月29日	山梨県観光振興室	富士箱根伊豆国際観光テーマ地区山梨県協議会	鈴木 克明 (海外市場開拓部Mgr)	中国市場への訪日プロモーション
6	2007年7月10日	(独)国際協力機構(JICA)	JICA青年研修事業/ラオスグループ	田中 一郎 (事業開発部次長)	日本の国際観光戦略について
7	2007年7月13日	農林水産省農林水産研究所	平成19年度専門能力強化研修	谷口 せい子 (TICセンター長)	日本食を通じた日本の海外PR
8	2007年8月31日	山梨県	第3回富士北麓国際交流ゾーン構想庁内検討会	小堀 守 (コンベンション誘致部長)	国際コンベンション開催の効果と推進体制について
9	2007年9月3日	関西観光振興議員連盟	関西観光振興議員連盟 19年度総会・講演会・分科会	谷口 せい子 (TICセンター長)	インバウンド・プロモーション
10	2007年9月10日	財団法人 地域活性化センター	平成19年度地域再生実践塾(第4回長崎市)	井久保 敏信 (海外市場開拓部次長)	東アジアからのインバウンドの現状
11	2007年9月11日	ビジット・ジャパン・キャンペーン事務局	マレーシアアウトバウンド関係者を対象とした訪日セミナー	富岡 秀樹 (シンガポール事務所長)	ビジット・ジャパン・キャンペーンの取り組みについて
12	2007年9月14日	JATA国際観光会議・世界旅行博実行委員会	「JATA国際観光会議2007/インバウンドシンポジウム」	平田 真幸 (上海観光宣伝事務所長)	訪日外客のCS(顧客満足)の向上に向けて(パネリストとして参加)
13	2007年9月19日	(独)日本貿易振興機構	2007年度 JETRO WAIPA Study Tour in Japan	田中 一郎 (事業開発部次長)	JNTOのインバウンドへの取り組みについて
14	2007年10月6日	(財)都市農山漁村交流活性化機構	国際グリーンツーリズム普及セミナー	安田 彰 (理事)	国際グリーンツーリズム普及セミナーのモデレーター
15	2007年10月9日	北海道運輸局企画観光部	中国訪日旅行市場勉強会	柏木 隆久 (北京事務所長)	中国からの訪日旅行者の特徴とニーズ
16	2007年10月29日	(財)箱根町観光協会	観光勉強会(訪日旅行者の現状とVJC事業)	加藤 英一 (事業開発部長)	海外からの旅行者の現状とVJCの取り組み
17	2007年11月10日	YOKOSO JAPAN 東北実行委員会(担当:国交省東北運輸局)	YOKOSO JAPAN 東北2007	谷口 せい子 (TICセンター長)	国際的視点に立った東北の日本の美について
18	2007年11月14日	愛知県産業労働部	中国市場ビジネスセミナー	井久保 敏信 (海外市場開拓部次長)	中国からの訪日観光客に関する最新状況、市場の特徴や傾向
19	2007年11月19日	岡山県企画振興部	岡山県コンベンション誘致・開催推進セミナー	田中 和正 (コンベンション誘致部)	我が国の国際観光とコンベンションの最新動向について
20	2007年11月28日	国土交通省(実施団体:会津若松市国際交流協会)	JICA青年研修事業/インドグループ	浦澤 秀直 (海外市場開拓部次長)	日本の国際観光戦略について
21	2007年12月4日	静岡・清水・焼津・藤枝・島田の5商工会議所	観光振興セミナー(静岡中部地区)	間宮 忠敏 (理事)	ビジット・ジャパン・キャンペーンと富士山静岡空港
22	2007年12月6日	国土交通省(共催:松江市)	訪日外国人受入接遇研修会	藤内 大輔 (海外市場開拓部DM)	欧米豪からの旅行者の現状と受入のポイント等について
23	2007年12月8日	静岡県、静岡アジア太平洋学術フォーラム組織委員会	第12回静岡アジア太平洋学術フォーラム	安田 彰 (理事)	アジア大交流時代の到来-人・文化・創造(パネリストとして参加)
24	2007年12月10日	(株)日本旅行	紅気球オールジャパンツーリズム2007	柏木 隆久、佐藤仁 (北京事務所長、次長)	①日系企業向け訪日旅行セミナー ②訪日教育旅行セミナー
25	2008年1月16日	千葉県国際観光推進協議会(事務局:千葉県商工労働部)	千葉県国際観光推進協議会 講演会	井久保 敏信 (海外市場開拓部S.S)	東アジア訪日旅行事情について他
26	2008年1月18日	立命館アジア太平洋大学	大学特別講義「ツーリズム&ホスピタリティープログラム」	滝澤 秀直 (海外市場開拓部次長)	「Inbound Tourism Promotion for Japan」
27	2008年1月30日	筑波大学大学院 人間総合化学研究科	地域再生と観光戦略プロジェクト	加藤 英一 (事業開発部長)	日本政府の観光振興と政策
28	2008年1月31日	松本大学総合経営学部	観光ホスピタリティーカレッジ	谷口 せい子 (TICセンター長)	外国人旅行者受入のためのおもてなしについて
29	2008年2月4日	国土交通省(共催:小樽市)	訪日外国人受入接遇研修会	柏木 隆久 (北京事務所長)	中国からの旅行者の現状と受け入れのポイント等について
30	2008年2月4日	岐阜観光コンベンション協会	外国人旅行者接遇研修会	谷 博子 (ソウル観光宣伝事務所)	韓国人の訪日旅行動向
31	2008年2月13日	山形県国際観光推進協議会	外国人旅行者受入研修会	田口 一成 (香港観光宣伝事務所長)	中国(香港、広東)の旅行市場の現状や誘客方法について
32	2008年2月15日	愛知県産業労働部	愛知観光チャレンジプラン推進/韓国市場ビジネスセミナー	若林 香名 (海外市場開拓部アジアG AM)	外国人観光客受入施設の為に韓国市場ビジネスセミナー
33	2008年2月25日	北海道運輸局企画観光部	北海道観光ビジネスフォーラム2008	①柏木隆久(北京宣伝事務所長)②堀内丈太郎(シドニー宣伝事務所)	①中国及び北京②オーストラリア、における訪日旅行の現状と今後の動向予測
34	2008年2月26日	笛吹市観光商工課、石和温泉旅館協同組合(山梨県観光部支援)	中国人観光客おもてなし向上研修会	井久保 敏信 (海外市場開拓部SS)	中国人観光客誘致の現状と課題
35	2008年2月27日	札幌市、(財)札幌国際プラザ他	国際観光コンベンションフォーラム2008	安田 彰 (理事)	観光コンベンションのための都市マーケティング(パネリスト参加)
36	2008年3月4日	群馬県利根沼田県民局(沼田行政事務所)	第2回利根沼田の観光を考える集い	井久保 敏信 (海外市場開拓部SS)	中国を中心とした外客誘致促進に向けて
37	2008年3月13日	(財)環日本海経済研究所	国際観光振興懇談会	鈴木 克明 (海外市場開拓部アジアG Mgr)	国際観光振興(インバウンド)への意見交換を中心とした懇談会
38	2008年3月21日	北海道新聞社	道新サミット in 伊達	谷口 せい子 (TICセンター長)	サミットを控えて世界にどう発信していくか
39	2008年3月25日	宮城県国際観光テーマ地区推進協議会	外国人観光客誘客受入強化研修会	谷口 せい子 (TICセンター長)	外国人客誘致戦略と受入体制について
40	2008年3月26日	東京都台東区	韓国人旅行者接遇研修会	若林 香名 (海外市場開拓部アジアG AM)	韓国人に対するおもてなしの人づくり

参考資料22 運営費交付金の算定ルール

○ 運営費交付金 = 一般管理費(A) + 業務経費(B) + 特殊要因(X) - 自己収入(Y1) - 運営費交付金対象外事業収益(Y2)

1. 一般管理費(A) = (人件費(S) + その他一般管理費) × 効率化係数 α

① 人件費(S) = 役職員給与 + 法定福利費

- ・ 15年度は、積み上げ方式による。
- ・ 16年度 = 前年度人件費の平年度化 × 人件費調整係数(給与改定率等) s
- ・ 17年度以降 = 前年度人件費 × 人件費調整係数(給与改定率等) s

② その他一般管理費

- ・ 15年度は、積み上げ方式による。
- ・ 16年度 = 前年度一般管理費の平年度化 × 消費者物価指数 δ
- ・ 17年度以降 = 前年度一般管理費 × 消費者物価指数 δ

2. 業務経費(B) = 一般管理費以外の経費

- ・ 15年度は、積み上げ方式による。
- ・ 16年度 = 前年度業務経費の平年度化 × 効率化係数 β × 政策係数 γ × 消費者物価指数 δ
- ・ 17年度以降 = 前年度業務経費 × 効率化係数 β × 政策係数 γ × 消費者物価指数 δ

3. 特殊要因(X) = (毎年度の予算編成過程において決定)

- ・ 退職手当

4. 自己収入(Y1) = 運営費交付金を財源として実施する事務事業から生じるであろう自己収入の見積り額

- ・ 15年度は、積み上げ方式による。
- ・ 16年度 = 前年度自己収入の平年度化 × 収入政策係数 y_1
- ・ 17年度以降 = 前年度自己収入 × 収入政策係数 y_1

5. 運営費交付金対象外事業収益(Y2) = 運営費交付金を財源として実施しない事務事業から生じるであろう自己収入 - 当該収入に係る支出

- ・ 15年度は、積み上げ方式による。
- ・ 16年度 = 前年度当該自己収入の平年度化 × 収入政策係数 y_2 - 前年度当該自己収入に係る支出
- ・ 17年度以降 = 前年度当該自己収入 × 収入政策係数 y_2 - 前年度当該自己収入に係る支出

注: 本収益がマイナスの場合には0とする。

【注記】前提条件

- ・ 人件費調整係数(給与改定率等) s : 毎年度の予算編成過程において決定
- ・ 効率化係数 α : 毎年度の予算編成過程において決定

- ・ 効率化係数 β : 毎年度の予算編成過程において決定
- ・ 消費者物価指数 δ : 毎年度の予算編成過程において決定
- ・ 政策係数 γ : 毎年度の予算編成過程において決定
- ・ 自己収入政策係数 y_1 : 毎年度の予算編成過程において決定
- ・ " y_2 : 毎年度の予算編成過程において決定
- ・ 運営費交付金を充当する事業及び充当率は次のとおりである。
 - 海外宣伝事務所費 : 90%
 - 総合観光案内所費 : 90%
 - 海外宣伝事業費 : 90%
 - 国際協力事業費 : 90%
 - 海外宣伝資料作成費 : 70%
 - コンベンション振興対策費 : 50%
 - 調査研究費 : 50%
 - 受入対策 : 50%
 - 国際観光交流支援事業費: 50%
 - 役職員給与 : 100%
 - 法定福利費 : 100%
 - 退職手当 : 100%
 - 一般管理費 : 90%
 - 交際費 : 80%

なお、中期計画期間中の効率化係数 α 、 β については下記により推計している。

- ・ 人件費調整係数 : 期間中 1.000として推計
- ・ 効率化係数 α : 期間中 0.9757として推計
- ・ 効率化係数 β : 期間中 0.990として推計

・アドバイザー・コミッティ

機構の中期計画に記載された「外部有識者による評価を含む業績評価制度を充実」を踏まえて設けられたもので、学識経験者、マスコミの論説委員、外国出身有識者ら15名で構成。年2回開催。

・インバウンド

外国から「内に向かってくる (inbound)」旅行者の流れのこと。日本から見ると、訪日外国人旅行者を意味する。

・キーパーソン

国際会議等の開催地決定のカギを握る人物のこと。具体的には国際団体の会長、事務局長、候補地選定委員クラスを指す。

・国際会議観光都市

「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(通称はコンベンション法)」に基づき、国土交通大臣が国際会議施設、宿泊施設等のハード面やコンベンション・ビューロー等のソフト面が整備されており、「国際会議等の誘致の促進及び開催の円滑化等の措置を講じることが国際観光の振興に特に資する」と認定した市町村のこと。

・国際会議協会(ICCA)

国際会議協会(本部:アムステルダム)は1964年設立の団体。現在約60ヶ国、450団体の会員を擁する。会員は会議場、ビューロー、PCO、ホテル、旅行会社、航空会社、関連サービスの7業種に分類され、総会などを通じて相互の情報交換、産業発展のための諸活動を行っている。

・国際団体連合(UIA)

国際団体連合(本部:ブリュッセル)は1907年に設立された団体。世界の組織団体が開催する会議の統計を取り、毎年発表している。毎年発行の「Year Book of International Organization」は公的及び民間の各種国際団体に関する詳細な情報を網羅している。

・コンベンション

相当数の人が参加する会議、シンポジウム、フォーラムなどを総称した用語のこと。これらの開催にあわせて観光や交流を目的とした旅行やレセプションなどの催しが実施されるため、裾野の広い経済波及効果が見込まれ、地域経済の活性化に寄与している。海外からの相当数の外国人の参加が見込まれるコンベンションを国際コンベンションと呼ぶ。

・ツアーオペレーター

不特定多数の旅行者を対象に旅行を企画し、その手配を行う旅行者業者のこと。商品をつくるだけで販売を行わない卸専門(ホールセラー)の業者と、販売まで行う小売(リテーラー)兼務の業者の二種類に分類出来る。日本ではホールセラーとリテーラー兼務の業者が多い。

・通訳案内士

報酬を受けて、外国人に付き添い、外国語を用いて、旅行に関する案内をする業のこと。通訳案内

士を営むには国土交通大臣が行う試験に合格し、登録申請書を都道府県知事に提出しなければならない。機構が通訳案内士試験の実施を代行している。

・特別顧問会議

機構中期計画に記載された「外部有識者による評価を含む業績評価制度を充実」を踏まえ設けられたもので、機構の組織運営や事業展開に対する助言・提言を行う。座長を務める日本経済団体連合会会長の御手洗富士夫氏を含む15名で構成され年1回開催。

・独立行政法人通則法第44条第3項

独立行政法人通則法第44条は「独立行政法人は、毎事業年度、損益計算において利益を生じたときは、前事業年度から繰り越した損失をうめ、なお残余があるときは、その残余の額は、積立金として整理しなければならない。ただし、第3項の規定により同項の用途に充てる場合は、この限りでない。」と規定しており、JNTOは国土交通大臣の承認を受けて、剰余金を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用途に充てる事が出来る。

・PCO

「Professional Congress Organizer」の頭文字をとったもので、コンベンション等を専門的かつ総合的に組織・企画・運営する専門業者のこと。