

様式 1-2-3 中期目標管理法 第 3 期中期目標期間見込業務実績自己評価 項目別評価総括表

中期目標	年度評価					中期目標期間評価		項目別調 書No.	備考欄
	H25 年度	H 26 年度	H 27 年度	H 28 年度	H 29 年度	見込 評価	期間実 績評価		
I. 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) 訪日プロモーション 業務									
①海外事務所を活用し た市場動向の収集・調 査・分析・提供	A	B	S	S		S		1-1-1	
②訪日外国人旅行者誘 致のための業務	—	—	—	—		—		1-1-2	
ア多様なメディアを活 用した日本の観光魅力 の発信	A	SO	AO	SO		AO		1-1-2-1	
イ訪日旅行商品の造 成・販売支援	A	SO	SO	SO		SO		1-1-2-2	
(2) 国内受入環境整備支 援業務									
①観光案内所の整備支 援業務	B	A	A	A		A		1-2-1	
②通訳案内士試験業務	C	B	B	C		C		1-2-2	
(3) 国際会議等の誘致・ 開催支援業務	B	A	S	S		A		1-3	
①国際会議等の誘致支 援業務	—	—	—	—		—			
②国際会議の開催支援 業務	—	—	—	—		—			

中期目標	年度評価					中期目標期間評価		項目別調 書No.	備考欄
	H25 年度	H 26 年度	H 27 年度	H 28 年度	H 29 年度	見込 評価	期間実 績評価		
II. 業務運営の効率化に関する事項									
(1) 組織運営の効率化	B	<u>A</u>	A	A		A		2-1	
(2) 業務運営の効率化	B	B	B	B		B		2-2	
(3) 関係機関との連携強 化	B	B	B	A		B		2-3	
(4) 内部統制の充実	B	B	B	B		B		2-4	
(5) 戦略的な情報発信	B	A	A	B		A		2-5	
III. 財務内容の改善に関する事項									
(1) 自己収入の確保	B	A	A	B		B		3-1	
(2) 予算（人件費の見積り を含む）	—	—	—	—		—		別紙①	
(3) 収支計画及び資金計 画	—	—	—	—		—		別紙②③	
短期借入金の限度額	—	—	—	—		—		3-2	
重要な財産を譲渡し、又 は担保にする計画	—	—	—	—		—		3-3	
剰余金の使途	—	—	—	—		—		3-4	
IV. その他の事項									
(1) 人事に関する計画	B	B	B	B		B		4-1	
(2) 独立行政法人国際観 光振興機構法（平成 14 年 法律第 181 号）第 10 条第 1 項に規定する積立金の 使途	—	—	—	—		—		4-2	

※重要度を「高」と設定している項目については各評語の横に「○」を付す。難易度を「高」と設定している項目については各評語に下線を引く。

※平成平成 25 年度の評価欄に記載する「A」、「B」、「C」は、旧評定「S」、「A」、「B」を新たな評定に書き換えたもの。

※平成 25 年度、平成 26 年度及び平成 27 年度の年度評価は、主務大臣による評価、平成 28 年度の評価（斜体）は、法人による自己評価。

様式 1-2-4-1 中期目標管理法 第 3 期中期目標期間見込業務実績自己評価 項目別評価調査

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

2. 主要な経年データ														
①主要なアウトプット（アウトカム）情報									②主要なインプット情報（財務情報及び人員に関する情報）					
指標等		達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度		平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度
個別 コンサル ティング 件数	計画値	年間延べ 3,000件 以上	—	1,272件 (※)中期計 画変更前	3,000件 以上	3,000件 以上	3,000件 以上	3,000件 以上	予算額（千円）					
	実績値	—	—	2,905件	2,863件	3,683件	3,605件		決算額（千円）					
	達成度	—	—	228.4%	95.4%	122.8%	120.2%		経常費用（千円）					
機構 からの 情報 提供 の評価	計画値	4段階評 価で上位 2つの評 価を得る 割合が7 割以上	「役に立つ」と いう回答が平 均して7割を上 回る	7割以上	7割以上	7割以上	7割以上	7割以上	経常利益（千円）					
	実績値	—	99.7% (5段階評価の 「役に立つ」の 評価の合計)	96.9%	97.3%	98.4%	99.5%		行政サービス実施コ スト（千円）					
	達成度	—	—	138.4%	139.0%	140.5%	142.1%		従事人員数					

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

3. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間評価に係る自己評価及び主務大臣による評価				
中期目標	中期計画	主な評価指標等	法人の業務実績・自己評価	
			業務実績	自己評価
<p>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</p> <p>(1) 海外事務所を活用した効率的な訪日プロモーション</p> <p>海外現地に常在する職員が長年にわたり構築・拡大を図ってきたネットワークや社会的ステイタス等海外事務所の機能を最大限活用し、変化の激しい市場動向をリアルタイムで把握・分析することにより、調査・研究を始めとするマーケティング業務を充実するとともに、その結果について事業パートナーを始めとする日本のインバウンド関係者と密接に情報共有を行う等、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図る。</p> <p>数値目標</p> <p>事業パートナーに対し、海外事務所員や本部職員による面談方式の個別コンサルティングを年間延べ3,000件以上実施し、インバウンド関係者の育成とインバウンドビジネスの活性化を目指す。</p> <p>事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位</p>	<p>海外事務所員や本部職員による面談方式の個別コンサルティングを年間延べ3,000件以上実施し、インバウンド関係者の育成とインバウンドビジネスの活性化を目指す。</p> <p>事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位</p>	<p><主な定量的指標></p> <p>事業パートナーに対し、海外事務所員や本部職員による面談方式の個別コンサルティングを年間延べ3,000件以上実施し、インバウンド関係者の育成とインバウンドビジネスの活性化を目指す。</p> <p>事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p> <p><その他の指標></p> <p>なし</p> <p><評価の視点></p> <p>機構の海外事務所ネットワークを最大限に活用して、海外の訪日旅行市場動向の収集・調査・分析を行い、事業パートナー等がインバウンドビジネスの取組を行う上で有用な情報提供を行っているか。</p>	<p><主要な業務実績></p> <p>海外事務所のネットワークを通じて収集・分析した主要市場国・地域における一般消費者の旅行動向、ニーズ等のマーケティング情報を事業パートナー等へ提供し、以下のような取組等を通じて、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図った。</p> <p>【ウェブサイトを通じた情報提供】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市場別訪日プロモーション方針（年1回） ・訪日外国人旅行者数等の統計発表（毎月） ・市場別動向トピックス（毎月） <拡充> <p>掲載市場数は、平成24年度13市場から平成28年度19市場へ拡充。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・『訪日旅行データハンドブック（世界主要20市場）』の掲載 <新規> <p>平成27年度に初めて作成・掲載、平成28年度は全面的に内容を更新し、掲載。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・『訪日外国人旅行者の消費動向とニーズについて』調査結果の掲載 <新規> <p>平成28年度に初めて地域における外国人旅行者による消費拡大に関する調査結果掲載。</p> <p>【ニュースレターを通じた情報提供】</p> <p>海外事務所が収集した市場の最新動向や各種調査報告、各事業への参加案内等の情報を提供するメールマガジン「JNTO ニュースフラッシュ」を毎週配信した。</p> <p>【出版物を通じた情報提供】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・『日本の国際観光統計』 毎年発行 ・『訪日旅行誘致ハンドブック』 毎年発行 ・『訪日旅行データハンドブック（世界主要20市場）』発行 <新規> <p>平成27年度に初めて発行、平成28年度は全面的に内容更新し継続発行。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・『国際会議統計』 毎年発行 <p>【セミナー等を通じた情報提供】</p> <p>海外事務所等が収集したインバウンドに関する世界の主要な市場国・地域の動向、ニーズ等のマーケティング情報や取組事例を事業パートナー等へ情報提供するため、各種セミナーを開催した。主なセミナー等への参加者数は、平成25年度1,025人から平成28年4,682人へと4年間で4.6倍となった。</p> <p>平成25年度：合計参加者1,025人 インバウンド旅行振興フォーラム（1回） 参加者919人 ムスリム・ツーリズムセミナー 参加者106人 <新規></p> <p>平成26年度：合計参加者1,341人</p>	<p><評定と根拠></p> <p>評定：S</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図るため、海外事務所の海外現地におけるネットワークを活用して、主要市場における一般消費者及び現地旅行業界等の動向、ニーズ等のマーケティング情報をリアルタイムで収集し、市場別に分析を行い、その結果をウェブサイト、ニュースレター、出版物、セミナー、個別コンサルティング等の方法を通じて、事業パートナーへ提供した。 <p>インバウンドに取り組む地方公共団体、企業等から寄せられる各種相談に対し、対面で個別にコンサルティングする個別コンサルティングを各海外事務所、本部、外部会場における個別相談会等を通じて、通期実施し、事業パートナーの個別具体的なニーズに応えた。</p> <p>また、セミナー形式で海外の最新市場動向等の情報、インバウンドに取り組む事業パートナーの先進事例等を共有するインバウンド旅行振興フォーラム、インバウンドシンポジウム等を開催し、情報提供の機会を拡充した。その結果、機構が主催する各種セミナー等への参加者数は平成25年度から平成28年度にかけて4.6倍となった。</p> <p>(参考) 主催セミナー等への参加者数： 平成25年度 1,025人 平成26年度 1,341人 平成27年度 3,595人 平成28年度 4,682人</p>

<p>ン方針を策定・公表し、地方自治体や民間事業者が独自に取り組む事業・活動との連携を図りやすい環境を整えるとともに、訪日プロモーション事業の実施主体として、オールジャパン体制で国としての日本の観光魅力を発信し、訪日に結びつける取組を強力に実施する。</p>	<p>2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p>		<p>インバウンド旅行振興フォーラム（2回） 参加者合計 1,200人 インバウンド・フォーラム東北 参加者 141人 <新規></p> <p>平成27年度：合計参加者 3,595人 インバウンド旅行振興フォーラム（2回）参加者 1,407人 インバウンド・フォーラム九州 参加者 219人 <新規> インバウンドシンポジウム（2回） 参加者 1,707人 <新規> 市場特化型 BtoB 情報交換会（6回）参加者合計 262人 <新規></p> <p>平成28年度：合計参加者 4,682人 インバウンド旅行振興フォーラム（2回） 参加者合計 1,396人 インバウンドシンポジウム（2回）参加者合計 1,349人 インバウンドビジネスセミナー（国内10都市）参加者合計 1,592人 <新規> 市場特化型 BtoB 情報交換会（8回）参加者合計 345人</p> <p>【個別コンサルティングを通じた情報提供】 本部及び各海外事務所において随時、事業パートナー等との個別コンサルティングを実施したほか、上記主催セミナー等においても個別コンサルティングの場を設置し、個別コンサルティングに対応した。</p> <p>【インバウンドビジネスを支援するサービスの向上】 上記取組等による機構から事業パートナーへの情報提供の拡充に加え、インバウンドに関わる事業パートナー同士の情報交換、ビジネス・マッチングを促進するため、事業パートナーが機構を通じてインバウンドに関する情報発信ができる場を設定した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本語ウェブサイトにおける事業パートナーからのニュース掲載 平成24年度 69件から平成28年度 317件 ・インバウンド旅行振興フォーラムにおける企業紹介 BtoB デスク設置 ・インバウンド旅行振興フォーラムにおけるランチョンセミナー（※）の設定 （※）企業が昼食を用意し、参加者が昼食をとる間、自社サービス等を紹介 ・インバウンドシンポジウムやインバウンドビジネスセミナーにおける講演・パネルディスカッション等を通じた地方公共団体、企業等による先進事例紹介 <p><数値目標の達成状況> 【個別コンサルティング件数】 個別コンサルティング件数は、平成26年度（数値目標を情報修正した初年度）を除き、平成25年度、27年度、28年度は、それぞれ数値目標達成率が120%を超えた。平成26年度については、数値目標にわずかに足りなかったが、東南アジア市場からの訪日外国人旅行者の急増に伴い、東南アジア市場に関する個別コンサルティングニーズが集中したため、個別相談に加え、東南アジア市場に関するインバウンド旅行振興フォーラムの講演枠拡大、東南アジアに関するセミナー等への講師派遣強化、東南アジア市場</p>	<p>さらに、平成28年度は、新たに国内10都市においてインバウンドビジネスセミナーを開催する等、地方での情報提供を強化した。</p> <p>上記取組等により、地方における事業パートナーへの情報提供を拡充する一方、経験値の高い事業パートナーの高度化するニーズに対応するため、平成27年度から新たに市場特化型 BtoB 情報交換会を開催し、要望の高い市場別に海外事務所が収集した最新情報を提供し、海外事務所の職員による個別コンサルティングを実施するなど、より専門的で密度の高い情報提供の機会も拡充した。</p> <p>セミナーや情報交換会においては、機構からの情報提供だけでなく、参加事業パートナーによる自社サービス紹介、事例発表の機会を設けることで、参加者間のビジネス・マッチングを促進した。</p> <p>数値目標である個別コンサルティング件数は、平成26年度（数値目標上方修正初年度）を除き、平成25年度、平成27年度及び平成28年度の3カ年はそれぞれ数値目標達成率が120%を超え、4カ年平均では、年間3,264件の個別コンサルティングを実施した。</p> <p>事業パートナーへの調査において、機構からの情報提供が4段階評価のうち上位2つの評価を得た割合は、平成25年度から平成28年度の4年間にわたり常に96%以上であり、目標の7割を大きく上回る非常に高い満足度が得られている。</p> <p>以上のことから、機構の海外事務所等を通じて収集したインバウンドに関する最新情報・ノウハウを、様々な機会・</p>
---	----------------------------------	--	---	--

			<p>に特化した訪日旅行誘致ハンドブックの発行等により、効率的に情報発信を行った。</p> <p>【事業パートナーの満足度】 事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位2つの評価を得た割合は、平成25年度から平成28年度の4年間にわたり常に96%以上であり、目標である7割を大きく上回った。</p>	<p>手法を通じて強力に発信し、事業パートナー等から高い評価を得ていること、さらに事業パートナーとのネットワークを活用し、インバウンド関係者のビジネス・マッチング機能として中核的な役割を發揮していること等の質的成果をふまえ、自己評価評定はSとする。</p>
--	--	--	---	--

4. その他参考情報

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
1-1-2-1	訪日プロモーション業務 ②訪日外国人旅行者誘致のための業務 ア 多様なメディアを活用した日本の観光魅力の発信		
関連する政策・施策		当該事業実施に係る根拠（個別法条文など）	国際観光振興機構法 第9条 第1号
当該項目の重要度、難易度	重要度：高（「明日の日本を支える観光ビジョン」（平成28年3月 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議）等による、2020年に訪日外国人旅行者4000万人等の政府目標の実現にあたり、本法人における日本の観光魅力の発信等の訪日プロモーション事業の効果的・効率的な執行が重要な役割を果たすものであるため）		関連する政策評価・行政事業レビュー

2. 主要な経年データ														
①主要なアウトプット（アウトカム）情報								②主要なインプット情報（財務情報及び人員に関する情報）						
指標等		達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度		平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度
SNSファン数	計画値	5,000,000人	—	—	—	3,800,000人	4,400,000人	5,000,000人	予算額（千円）					
	実績値	—	—	1,562,806人	3,222,133人	4,440,780人	5,548,389人		決算額（千円）					
	達成度	—	—	—	—	116.9%	126.1%		経常費用（千円）					
ウェブアクセス数	計画値	4.50億pv	—	—	—	3.35億pv	3.925億pv	4.50億pv	経常利益（千円）					
	実績値	—	1.43億pv	2.46億pv	3.01億pv	3.51億pv	5.83億pv		行政サービス実施コスト（千円）					
	達成度	—	—	—	—	104.6%	148.5%		従事人員数					
参考…ウェブアクセス数（SNS含）	計画値	6.0億pv (※)中期計画変更前	1億pv (※)	3.42億pv (※)	4.6億pv (※)	—	—	6.0億pv (※)						
	実績値	—	3.27億pv	4.61億pv	10.55億pv	—	—							
	達成度	—	327.0%	134.8%	229.3%	—	—							

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

3. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間評価に係る自己評価及び主務大臣による評価

中期目標	中期計画	主な評価指標等	法人の業務実績・自己評価	
			業務実績	自己評価
<p>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</p> <p>(1) 海外事務所を活用した効率的な訪日プロモーション</p> <p>【再掲】</p> <p>海外現地に常在する職員が長年にわたり構築・拡大を図ってきたネットワークや社会的ステイタス等海外事務所の機能を最大限活用し、変化の激しい市場動向をリアルタイムで把握・分析することにより、調査・研究を始めとするマーケティング業務を充実するとともに、その結果について事業パートナーを始めとする日本のインバウンド関係者と密接に情報共有を行う等、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図り、国内外におけるネットワークを形成・発展させる。また、これを基盤として、観光庁と共同で、市場ごとに海外の市場動向等の</p>	<p>1. 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目標を達成するためとるべき措置</p> <p>(1) 訪日プロモーション業務</p> <p>①訪日外国人旅行者誘致のための業務</p> <p>海外事務所の機能を最大限に活用し、海外の市場動向、競合国の活動事例や日本における成功事例等の情報を積極的・機動的に収集・分析することにより、マーケティングの高度化を図るとともに、その結果に基づき、観光庁と共同で効率的・効果的な訪日プロモーション方針を策定・公表し、日本の観光魅力の発信や訪日旅行商品の造成・販売支援等を推進する。また、訪日プロモーション事業の実施主体として、国内外におけるネットワークを形成・発展させ、関係者との連携を図ることによりオールジャパン体制を確立し、同事業を機動的・</p>	<p><主要な業務実績></p> <p>【市場別訪日プロモーション方針に基づく事業実施】</p> <p>平成 26 年度より、観光庁と機構が共同して、市場ごとに海外の市場動向等の情報に基づく効率的・効果的な訪日プロモーション方針を毎年度、策定し、機構ウェブサイトで公表した。</p> <p>市場別訪日プロモーション方針</p> <p>平成 26 年度 19 市場（欧州潜在市場含む）</p> <p>平成 27 年度 21 市場（同上）</p> <p>平成 28 年度 20 市場</p> <p>地方自治体や民間事業者が独自に取り組む事業・活動との連携を図りやすい環境を整えるとともに、訪日プロモーション事業の実施主体として、オールジャパン体制で国としての日本の観光魅力を発信し、訪日に結びつける取組を強力に実施する。</p> <p>機構が平成 27 年以降、観光庁より引き継いで訪日プロモーション事業を実施するにあたり、年度ごとの市場別訪日プロモーション方針に基づき、事業を実施した。</p> <p>また、機構内にビジット・ジャパン事業実施本部を平成 27 年 4 月に設置し、訪日プロモーション事業の進捗を管理するとともに、事業計画から実施結果・成果の分析を行う等、PDCA サイクルの確立を図った。</p> <p>【国内外における関係者との連携とオールジャパン体制の確立】</p> <p>訪日プロモーション事業の実施主体として、海外現地の在外公館をはじめとする関係省庁・政府関係法人、地方公共団体、経済界等との国内外ネットワークの形成・発展に努め、関係者との連携を図ることにより、オールジャパン体制を構築し、訪日プロモーション事業を効果的・効率的に推進した。</p>		

<p>情報に基づく効率的・効果的な訪日プロモーション方針を策定・公表し、地方自治体や民間事業者が独自に取り組む事業・活動との連携を図りやすい環境を整え、訪日プロモーション事業の実施主体として、オールジャパン体制で国としての日本の観光魅力を発信し、訪日に結びつける取組を強力に実施する。</p>	<p>効果的に推進する。</p> <p>ア 多様なメディアを活用した日本の観光魅力の発信</p> <p>各市場のターゲット・セグメントに対する日本の観光魅力の発信に当たっては、様々な媒体（ウェブサイト、テレビ、新聞・雑誌等）を効果的に組み合わせることで相乗効果を上げるよう努力する。</p> <p>特に、ウェブサイトはプロモーションだけでなく、重要なマーケティング手段としても位置づけ、媒体トレンドの変化やICTの技術革新を踏まえながら各種ソーシャルメディアの活用を図るとともに、一般消費者、旅行会社、メディア等に向けて、良質の情報を効率的に提供する。</p> <p>また、機構のウェブサイトにおいて、訪日外国人旅行者や海外の送客旅行会社等の対象に応じた情報コンテンツの充実や機能の改善を行う。</p> <p>海外メディアを通じた情報発信に当たっては、海外の有力なメディア（在日外国人</p>	<p><主な定量的指標> 機構のソーシャルネットワークページのファン数を500万人にするとともに、それ以外の機構のウェブサイトのアクセス数を年間4.5億ページビューにする。</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 多様なメディアを活用し、海外の主要訪日旅行市場に対して日本の観光魅力を効果的に発信しているか。ソーシャルネットワークサービス等を効率的に活用し、海外の各市場にそれぞれ適した内容・手法で情報発信が行われているか。</p>	<p>ア 多様なメディアを活用した日本の観光魅力の発信</p> <p><主要な業務実績> 【様々な媒体の効果的な組み合わせによる相乗効果の発揮】 テレビCM、ウェブ、SNS、動画専用サイト等を組み合わせるメディア・ミックスを活用し、情報発信の相乗効果が得られるよう事業を構成した。</p> <p>（平成27年度事業例） 韓国市場では、関東、中国、四国地方の動画のPRにあたり、テレビCM、シネアド、SNS、動画投稿サイトを連動させた広告を展開することで、SNS（Facebook）で171万件という高いリーチ数を記録した。さらにSNSへの書き込み、人気コンテンツ、閲覧年齢層の分析等を行い、事業効果を把握するとともに、成功要因、課題要因を整理し、次の事業等に活かす取組を行った。</p> <p>【媒体トレンドの変化やICTの技術革新を踏まえた情報発信】 オウンドメディアとして、以下のウェブサイト、SNS等を運営し、切れ目のない観光情報の発信を実施するとともに、各市場における訪日旅行キャンペーン等の事業に活用した。</p> <p>世界的な主流SNSであるFacebookを活用し、各市場のニーズに応じたタイムリーで良質な情報発信を日替わり等で更新した。機構が運営するFacebookページは平成24年度までに開設した6言語13市場向けページから、新たに6言語8市場向けのFacebookページを開設し、平成28年度は12言語21市場向けに情報発信を行い、機構が運営するFacebookページのファン数合計は、平成24年度の66万人から平成28年度に479万人へと7.3倍増加した。</p> <p>機構が運営するFacebookページ： 12言語21市場向けに展開 グローバル（英語） 米国市場（英語） 英国市場（英語） カナダ市場（英語） オーストラリア市場（英語） シンガポール市場（英語） マレーシア市場（英語）平成28年度開設 フィリピン市場（英語）平成28年度開設 インド市場（英語） 韓国市場（韓国語） 台湾市場（中国語繁体字） 香港市場（中国語繁体字）</p>	<p><評定と根拠> 評定：A</p> <p>日本の観光魅力を世界へ発信するにあたり、媒体トレンドの変化やICTの技術革新を踏まえながら各種ソーシャルメディアの活用を図るとともに、一般消費者、旅行会社、メディア等に向けて、良質の情報を効率的に提供した。</p> <p>世界で主流なコミュニケーション手段となっているSNSを積極的に活用し、中でも主要なSNSであるFacebookについては、平成25年度以降、6言語8市場向けのFacebookページを新たに開設し、平成28年度には、12言語21市場向けのFacebookページを常時運営・更新した。その結果、21市場向けFacebookページのファン数合計は、平成24年度の66万人から平成28年度に479万人へと7.3倍増加した。</p> <p>SNSを通じた情報発信として、Facebook以外にも中国の主要SNSである微博（平成28年度：ファン数57万人）や、市場別に動画や画像メディアに特化したYouTube、Pinterest、Instagram等も活用し、各市場の特性にあわせた日本の良質な観光情報をタイムリーに発信した。近年は、これら媒体を活用し、動画による観光魅力の発信にも力を入れた結果、ファン数は好調に増加し、平成28年度にSNSファン数は、555万人に達し、中期数値目標の500万人を1年前倒しで達成した。</p>
--	--	--	--	---

	<p>メディアを含む。)に対し、ウェブサイトやニュースレターによる日本観光情報の提供等を通じて日本特集記事の掲載等を働きかける。</p> <p>訪日取材に際しては、日本のインバウンド関係者のニーズや訪日旅行商品の造成・販売に連動した適切な取材対象の選定・アレンジ、取材経費の一部負担の支援等を行うことにより、訪日促進効果の高い記事の掲載を促すとともに、機構のウェブサイトへの誘引を働きかける。</p> <p>数値目標</p> <p>中期目標期間中に、機構のソーシャルネットワークページのファン数を500万人にするとともに、それ以外の機構のウェブサイトのアクセス数を年間4.5億ページビューにする。</p>		<p>タイ市場（タイ語） インドネシア市場（インドネシア語）平成25年度開設 ベトナム市場（ベトナム語）平成25年度開設 フランス市場（フランス語） ドイツ市場（ドイツ語） ロシア市場（ロシア語）平成26年度開設 イタリア市場（イタリア語）平成27年度開設 スペイン市場（スペイン語）平成27年度開設 ブラジル市場（ポルトガル語）平成28年度開設</p> <p>中国市場においては、同国における主流 SNS である微博を運営するとともに、市場別に動画や画像メディアに特化した YouTube、Pinterest、Instagram 等も活用した。</p> <p>【情報コンテンツの充実と機能改善】</p> <p>機構が運営するウェブサイトは、平成24年度から継続して運営した12言語18市場向けサイトに加え、平成25年度以降、新たに2言語3市場向けサイトを開設し、平成28年度には14言語21市場向けのサイトを活用し、訪日旅行に関する交通、宿泊等の基礎情報、テーマ別情報、主な観光資源、モデルルート等の訪日旅行に必要な情報を随時更新し、発信した。</p> <p>機構が運営するウェブサイト： 14言語21市場に向けて展開</p> <p>グローバル（英語） 米国市場（英語） 英国市場（英語） カナダ市場（英語） オーストラリア市場（英語） シンガポール市場（英語） マレーシア市場（英語）平成27年度開設 韓国市場（韓国語） 中国市場（中国語簡体字） 台湾市場（中国語繁体字） 香港市場（中国語繁体字） タイ市場（タイ語） インドネシア市場（インドネシア語）平成25年度開設 ベトナム市場（ベトナム語）平成27年度開設 フランス市場（フランス語） ドイツ市場（ドイツ語） ロシア市場（ロシア語） イタリア市場（イタリア語） スペイン市場（スペイン語） ブラジル市場（ポルトガル語）</p>	<p>機構が運営する各市場向けのウェブサイトについては、平成15言語21市場向けに、それぞれの言語できめ細かな情報更新を行うとともに、日本の今を伝える旬な情報や、各地域の紹介、地域産品等のショッピング情報コンテンツ等を拡充し、地方誘客、外国人による消費拡大に貢献した。</p> <p>特に東日本大震災以降、外国人観光客数の回復が遅れている東北については、各市場で取組を強化し、平成28年度は伊勢志摩サミットの機会を活用したグローバルメディア CNN でのテレビ CM 放送・動画配信を行ったほか、東南アジア市場から有名アーティスト6組が東北各県でミュージックビデオの撮影を行い、ウェブサイトや SNS による発信を行う等の事業を実施した。</p> <p>平成28年度に実施した欧州キャンペーンの例に見られるように、情報発信にあたっては、テレビ、オンライン、屋外、雑誌等の複数のメディアを活用した広告事業との連動を図り、情報発信の相乗効果を発揮した。</p> <p>海外メディアを通じた情報発信については、各市場における効果の高い媒体の招請や情報提供による情報発信を通じて日本の魅力を海外に提供することにより、旅行目的地としての日本の認知度向上に貢献するとともに、訪日旅行需要を喚起した。</p> <p>中期数値目標である SNS ファン数500万人及び、ウェブサイトのアクセス数4.5億PVについて、いずれも平成28年度に1年前倒しで達した（平成28年度の SNS ファン数は555万人、ウェブサイトアクセス数は5.8億PV）。</p>
--	---	--	--	--

			<p>湾岸諸国市場（アラビア語）</p> <p>また、日本の今を伝える旬な情報や日本ならではの特色あるテーマを題材としたマンスリーウェブマガジン（英語、韓国語、中国語簡体字、中国語繁体字）を毎月制作・掲載した。</p> <p>マンスリーウェブマガジン発行記事数及び記事テーマ例： （平成 24 年度 43 本） 平成 25 年度 48 本 富士登山（世界遺産登録）、和食（ユネスコ文化遺産に登録）、四国遍路 平成 26 年度 68 本 富岡製糸場（世界遺産登録）、北陸新幹線開業、訪日外国人旅行者向け新免税制度 平成 27 年度 92 本 熊野古道・高野山、北海道新幹線開業、手ぶら観光（配送サービス） 平成 28 年度 96 本 東北三大祭、皇室関連施設（御所、離宮、迎賓館）、九州地方のお菓子</p> <p>さらに、地方誘客、訪日外国人旅行者による消費拡大促進等を図るため、訪日外国人旅行者や海外の送客旅行会社等の対象に応じた情報コンテンツを拡充した。</p> <p>平成 25 年度 日本全国の地域特産品をジャパンプランドの観光資源と位置づけ、その特徴や魅力を紹介する 47 都道府県の工芸品、食品、日本酒など主要 100 品目を掲載（英語、韓国語、中国語簡体字、中国語繁体字）し、外国語対応の通販サイトと連携し、海外から産品が購入できるようにした。</p> <p>平成 26 年度 平成 26 年 10 月から施行された訪日外国人旅行者向け新免税制度を説明するとともに、免税店検索ができる免税店検索サイト（英語）を開設した。</p> <p>平成 27 年度 地方における消費拡大を促進するため、日本全国の観光地周辺で地域名産品等の買い物を楽しむショッピングモデルコース全国 46 コース（日本語、英語、韓国語、中国語簡体字、中国語繁体字）を掲載した。</p> <p>平成 28 年度 東京、京都、大阪からの日帰りまたは 1 泊 2 日の旅行モデルコース（英語、韓国語、中国語簡体字、中国語繁体字）35 コースを掲載した。</p> <p>ウェブサイトの運営にあたっては、スマートフォンやタブレットを使用するユーザ向けに最適化された情報表示を行うため、マルチデバイスへの対応・改善を行い、機能改</p>	<p>平成 27 年 3 月に中期計画を変更する前の中期数値目標であった SNS とウェブサイトの合計アクセス数 6 億 PV についても、平成 26 年度に達成した（平成 26 年度の同アクセス数 10.55 億 PV）。</p> <p>日本の観光魅力を世界へ発信するにあたり、媒体トレンドの変化や ICT の技術革新を踏まえながら、的確なメディア媒体の活用、各市場の動向・特性に応じた訴求コンテンツの拡充を行い、効果的、効率的に情報発信を行った。この結果、数値目標の達成状況も期待以上の水準（120%以上）で推移していることを踏まえ、自己評価評定は A とする。</p>
--	--	--	--	---

			<p>善を図った。</p> <p>【海外メディアを通じた情報発信】 海外事務所におけるニュースレター発信（4年間で延べ1,645件）、及び有力メディアに対する取材協力（同358件）等を実施した。</p> <p>訪日取材協力件数及びニュースレター発行件数： 平成25年度 ニュースレター発行 353件、取材協力 88件 平成26年度 ニュースレター発行 428件、取材協力 74件 平成27年度 ニュースレター発行 435件、取材協力 84件 平成28年度 ニュースレター発行 429件、取材協力 112件</p> <p>（平成28年度の海外メディアを通じた情報発信事例） 欧州における訪日旅行需要を喚起するため、欧州15カ国を対象とした初の大規模キャンペーン「日本-伝統と未来が会う場所」をテーマとして、オンライン、主要テレビ、屋外、雑誌等、様々なメディアを通じて平成28年11月から平成29年3月にかけて集中的に情報発信を行った。重点的に情報発信を行った英国、フランス、ドイツの3カ国におけるテレビと屋外広告による媒体接触者数は2.4億人、オンライン表示回数は4,872万回、動画再生回数は1,089万回に達した。動画を見て日本に興味をもった割合は7割を超え、媒体接触者が訪日旅行商品について具体的に調べた割合は1割を超えた。</p> <p>【東北観光復興に向けた取組】 東日本大震災（2011年）以降、外国人観光客の回復が遅れている東北地域を支援するため、各市場において、東北の魅力をPRした。</p> <p>（平成28年度取組例） ・伊勢志摩サミット開催（平成28年5月）により日本に注目が集まる機会をとらえ、グローバルニュースメディアであるCNNによる東北のプロモーション映像を制作し、全世界に向けて情報発信した。テレビCMの放送回数とウェブサイトでの動画再生回数は合計で1400万回となった。</p> <p>・東南アジアの有名アーティストによる東北6県のミュージックビデオ撮影・発信 東南アジア6市場（タイ、シンガポール、フィリピン、インドネシア、マレーシア、ベトナム）から1組ずつ有名アーティストを招請し、各県の観光魅力の詰まったミュージックビデオを撮影し、YouTube等で公開するとともに、撮影地の情報を各市場のウェブサイトやアーティストのSNSで発信した。ビデオ、予告動画等への接触者数は、動画公開を開始（平成28年11月）から平成29年3月までの間に776万人に達した。</p> <p>【2020年オリンピック・パラリンピック東京大会に向けた取組】 平成28年8月、リオデジャネイロオリンピック・パラリンピック競技大会期間中に、</p>	
--	--	--	---	--

			<p>Tokyo 2020 Japan House 府省庁エリア内において、ジャパン・オンライン・メディアセンター（※）の開設を発表するとともに観光パンフレット配布や観光動画放映等を通じたプロモーションを実施した。</p> <p>（※）ジャパン・オンライン・メディアセンターは、全国 47 都道府県の四季の景観、食、伝統文化等の日本各地の観光資源の映像・画像を集めた海外メディア向けのライブラリーサイト。日本の観光資源の魅力発信に活用できる著作権フリーで高品質な映像・画像のダウンロードが可能。</p> <p>また、アトランタオリンピック陸上競技（男子 100m）金メダリストであるカナダのドノバン・ベイリー氏を起用した訪日プロモーション映像を制作し、平成 28 年 8 月から 9 月に BBC ネットワークテレビで世界各国を対象に CM 放映を実施した。併せて、BBC 関連ウェブサイト等で動画広告を実施し、動画再生回数は、約 322 万回となった。</p> <p><数値目標の達成状況></p> <p>【SNS ファン数】（平成 27 年度以降） 機構のソーシャルネットワークページのファン数は、平成 28 年度に 555 万人となり、中期数値目標の 500 万人を 1 年前倒しで達成した。</p> <p>【ウェブサイトのアクセス数】（平成 27 年度以降） 機構のウェブサイトアクセス数は、平成 28 年度に 5.8 億 PV となり、中期数値目標の 4.5 億 PV を 1 年前倒しで達成した。</p> <p>【(SNS を含む) ウェブサイトアクセス数】（平成 25 年度及び平成 26 年度） 平成 27 年 3 月に中期計画を変更するまでの当初中期数値目標は、SNS のアクセス数及びウェブサイトのアクセス数の合計で、中期計画期間中に 6 億 PV としていたところ、平成 26 年度に同アクセス数は 10.55 億 PV となり、当初の中期数値目標を平成 26 年度に達成した。</p>	
--	--	--	---	--

4. その他参考情報

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
1-1-2-2	訪日プロモーション業務 ②訪日外国人旅行者誘致のための業務 イ 訪日旅行商品の造成・販売支援		
関連する政策・施策		当該事業実施に係る根拠（個別法条文など）	国際観光振興機構法 第9条 第1号
当該項目の重要度、難易度	重要度：高（「明日の日本を支える観光ビジョン」（平成28年3月 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議）等による、2020年に訪日外国人旅行者4000万人等の政府目標の実現にあたり、本法人における日本の観光魅力の発信等の訪日プロモーション事業の効果的・効率的な執行が重要な役割を果たすものであるため）		関連する政策評価・行政事業レビュー

2. 主要な経年データ														
①主要なアウトプット（アウトカム）情報								②主要なインプット情報（財務情報及び人員に関する情報）						
指標等		達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度		平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度
成 の た め の 商 談 件 数	訪日旅行商品の販売	計画値	年平均 20,000件 以上	—	—	—	20,000件 以上	20,000件 以上	20,000件 以上	予算額（千円）				
		実績値	—	—	—	27,646件	28,170件			決算額（千円）				
		達成度	—	—	—	—	138.2%	140.9%			経常費用（千円）			
商 談 参 加 者 の 評 価	商談参加者の評価	計画値	4段階評価 で上位2つ の評価を得 る割合が7 割以上	—	—	—	7割以上	7割以上	7割以上	経常利益（千円）				
		実績値	—	—	—	—	95.9%	95.0%			行政サービス実施コスト（千円）			
		達成度	—	—	—	—	137.0%	135.7%			従事人員数			
参 考 … 機 構 が 支 援 し た 旅 行 商 品 に よ る 訪 日 外 国 人 旅 行 者 数	品による訪日外国人旅行者数	計画値	年間90万 人(※)中期 計画変更前	600,000人 (※)	650,000人 (※)	720,000人 (※)	—	—	900,000人 (※)					
		実績値	—	648,723人	916,217人	1,460,267 人	—	—	—					
		達成度	—	—	141.0%	202.8%	—	—	—					

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

3. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間評価に係る自己評価及び主務大臣による評価				
中期目標	中期計画	主な評価指標等	法人の業務実績・自己評価	
			業務実績	自己評価
	<p>イ 訪日旅行商品の造成・販売支援</p> <p>海外の旅行会社の訪日旅行商品造成を支援するため、要望に基づく提案や情報・販促素材等の提供、モデル的な訪日旅行商品の素材提供等による企画コンサルティング、旅行博覧会や展示会等への参加、現地有力旅行会社キーパーソンの日本への招請、日本における商談会の開催等の支援を行う。一般消費者向けに日本の観光プロモーションをあわせて行う際には、地方自治体、民間事業者等と連携することで、効率的・効果的な事業展開を図るべく努力する。</p> <p>また、現地旅行会社等のスタッフを対象とした研修・セミナーの実施、現地有力旅行会社との共同広告、訪日旅行販売担当のスキルアップを目的とするJTS (Japan Travel Specialist) 育成事業等により訪日旅行</p>	<p><主な定量的指標> 機構が提供する訪日旅行商品の販売・造成のための商談件数を20,000件以上とする。</p> <p>商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 海外において訪日旅行を取り扱う旅行会社等とのネットワークを通じ、訪日旅行商品の造成・販売促進を効果的・効率的に支援しているか。また、海外の旅行会社の多様なニーズに的確に応えられるよう、国内各地の地方公共団体・民間事業者等と連携し、オールジャパン体制で取り組んでいるか。</p>	<p>イ 訪日旅行商品の造成・販売支援</p> <p><主要な業務実績> 海外の旅行会社等の訪日旅行商品造成・販売促進を以下の取組等を通じて強力に支援し、2016年に過去最多となった訪日外国人数（2024万人、対前年比21.8%増）の大幅な増加に貢献した。事業の実施にあたっては、消費税免税制度の拡充、査証の緩和、航空路線の新規就航やクルーズ船の寄港拡大等の施策と連動を図るとともに、在外公館、地方自治体、民間事業者等と連携し、オールジャパン体制による効果的・効率的な事業展開を図った。</p> <p>【訪日旅行商品造成・販売のための商談会の開催】 訪日旅行商品の造成・販売を支援するため、海外の旅行会社と国内の旅行会社、宿泊施設、運輸施設、その他関連企業等のビジネス・マッチングを図るため、海外の旅行会社やメディア等を招請し、大規模商談会を主催した。</p> <p>機構主催したビジット・ジャパン・トラベル&MICE マート（東京）： 平成27年度 海外バイヤー342社、国内セラー403団体、商談7,954件 平成28年度 海外バイヤー357社、国内セラー431団体、商談8,376件</p> <p>【旅行博覧会・展示会等への参加】 世界各地で開催される主要な旅行博覧会・展示会、見本市等に、地方公共団体、民間事業者等と共同で出展し、商談機会を提供したほか、機構自らが商談を行った。</p> <p>平成27年度以降に毎年参加した海外の旅行博覧会・見本市等： ・富裕層向け商談会（フランス・カンヌ） ・クルーズ見本市（米国・マイアミ） ・国際航空路線誘致商談会 World Routes（平成27年度 南アフリカ・ダーバン、平成28年度 中国・成都）、Routes Asia（平成27年度 フィリピン・マニラ、平成28年度 沖縄県宜野湾市）</p> <p>【有力旅行会社キーパーソンの日本への招請】 主要市場の有力旅行会社のツアー造成責任者・担当者等を日本に招請し、国内観光地の視察及び地元関係者等との商談をしてもらうことで、新しい観光魅力を取り入れたツアーの新規開発やツアールート改善を促進した。</p> <p>海外主要市場の有力旅行会社企画担当者等の年間延べ招請人数： 平成27年度 834人 平成28年度 811人</p>	<p><評定と根拠> 評定：S</p> <p>平成27年に機構が訪日プロモーション事業の実施主体となってから、海外事務所を通じた現地目線による海外旅行会社等招請、訪日旅行商品の企画コンサルティング、共同キャンペーン等の多数の事業実施を通じて、平成28年に過去最多を記録した訪日外国人旅行者数2,404万人達成に着実に貢献した。</p> <p>今中期計画開始時（平成25年度）の政府目標は2020年（平成32年）に訪日外国人旅行者数2000万人とされていたところ、訪日外国人旅行者数2,000万人突破が、4年前倒しで達成された。前中期計画最終年（平成24年）の訪日外国人旅行者数836万人から実に2.9倍の規模となり、この間、海外における訪日プロモーション実施を通じて訪日外国人旅行者数の大幅な増加に寄与した。</p> <p>訪日プロモーションの実施にあたっては、東北復興、地方誘客、富裕層誘致、航空路線誘致との連携、訪日教育旅行支援等、政府施策と連動した取組を行った。</p> <p>訪日教育旅行の促進については、平成28年4月に訪日教育旅行受入促進の一元的窓口を機構内に開設し、海外と国内の学校交流マッチングを54件成立させた。その結果、14カ国・地域から計32校・機関、971人の生徒及び教育関係者等が来日し、18都道府県において学校交流が実現した。</p> <p>在外公館、地方自治体、民間事業者等</p>

	<p>商品販売支援を行う。</p> <p>数値目標</p> <p>中期目標期間中、機構が提供する訪日旅行商品の販売・造成のための商談件数を、年平均20,000件以上とする。</p> <p>商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p>	<p>【旅行会社等との共同広告】</p> <p>旅行会社等と共同で新聞、雑誌、ウェブサイト等に広告を掲出し、訪日旅行の需要喚起と訪日旅行商品の販売促進を行った。</p> <p>(共同広告の例)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・香港市場：平成28年7月から香港＝四国初の定期便となる香港＝高松便の就航に合わせ、LCCの香港エクスプレスと共同広告を実施。広告期間中は、大手検索エンジンで高松市や四国地方の検索率が上昇するなどプロモーションの効果が見られ、同年9月からの増便につながる施策となった。 ・英国市場： 「See Japan Differently (日本を違う観点から見て)」のテーマのもと、有力オンライン旅行会社であるExpediaおよびE-bookersと、オンライン媒体を中心とした共同広告事業を実施。その結果、両社の訪日旅行予約数は前年比で18.1%増となった。 <p>【一般消費者向け日本の観光プロモーション】</p> <p>海外の旅行会社等と共同で一般消費者を対象としたイベントを開催した。一般消費者向けのプロモーションを実施するにあたっては、地方公共団体、民間事業者等と連携し、効率的・効果的にプロモーションを実施した。</p> <p>(一般消費者向け日本の観光プロモーション例)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・タイ・バンコクのショッピングモールにおいて、平成28年6月にタイ市場の一般消費者向け旅行フェアを開催した。日本から参加した事業パートナー12団体とともに、日本の観光情報発信を行うとともに、タイの旅行会社等16社も出展し、訪日旅行商品の即売等を実施した。観光パンフレットの配布や旅程相談、映像上映等を行い、4日間で約1万6千人が訪れた。 <p>【現地旅行会社等への人材育成】</p> <p>海外において現地旅行会社等を対象に、訪日旅行の基本情報や新たな観光素材を発信するセミナーを実施した。</p> <p>海外における訪日旅行に関する研修・セミナー実施：</p> <table border="0"> <tr> <td>平成25年度</td> <td>96件、延べ参加者5,348人</td> </tr> <tr> <td>平成26年度</td> <td>116件、延べ参加者7,582人</td> </tr> <tr> <td>平成27年度</td> <td>141件、延べ参加者9,307人</td> </tr> <tr> <td>平成28年度</td> <td>153件、延べ参加者11,572人</td> </tr> </table> <p>また、現地旅行会社のコンサルティング能力の向上と訪日旅行商品の販売促進を目的に、訪日旅行の販売のために必要な知識をウェブサイト上で学習できるEラーニングシステムを8市場(中国、香港、英国、フランス、オーストラリア、ドイツ、米国、カナダ)で運営し、訪日旅行専門家(JTS, Japan Travel Specialist)の育成を行った。</p> <p>JTS認定者数(8市場)：</p>	平成25年度	96件、延べ参加者5,348人	平成26年度	116件、延べ参加者7,582人	平成27年度	141件、延べ参加者9,307人	平成28年度	153件、延べ参加者11,572人	<p>と連携し、オールジャパン体制により効果的・効率的な訪日旅行商品の造成・販売支援を実施したことにより、機構が提供する訪日旅行商品の販売・造成のための商談件数は、平成27年度に27,646件、平成28年度に28,170件となり、各年度とも数値目標の20,000件を約4割上回った。</p> <p>商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得た割合は平成27年度に95.9%、平成28年度に95.0%となり、各年度とも数値目標の7割を大きく上回り、非常に高い満足度が得られた。</p> <p>平成25年度及び平成26年度の数値目標であった機構が造成・販売支援を行った旅行商品による訪日外国人数についても、平成26年度は目標の65万人に対し、実績が91.6万人(数値目標達成率141.0%)、平成27年度は目標の72万人に対し、実績が146万人(数値目標達成率202.8%)となり、それぞれ初期の目標を大きく上回る成果を上げた。</p> <p>本項目における各年度の評価が、4カ年のうち、平成25年度のAを除く3カ年がSであること、また、平成27年以降、訪日プロモーション事業の実施主体として事業内容も拡充してきていることから、自己評価評定はSとする。</p>
平成25年度	96件、延べ参加者5,348人										
平成26年度	116件、延べ参加者7,582人										
平成27年度	141件、延べ参加者9,307人										
平成28年度	153件、延べ参加者11,572人										

平成 26 年度 新規認定 2,326 人、認定者累計 17,244 人
平成 27 年度 新規認定 1,706 人、認定者累計 18,950 人
平成 28 年度 新規認定 2,520 人、認定者累計 21,470 人

【訪日教育旅行の取組】

海外の訪日教育旅行に関するニーズ紹介や海外と国内の学校交流マッチング等を実施する訪日教育旅行受入促進の一元的窓口を機構内に開設（平成 28 年 4 月）し、年度中に海外と国内の学校交流マッチングを 54 件成立させた。その結果、14 カ国・地域から計 32 校・機関、971 人の生徒及び教育関係者等が来日し、18 都道府県において学校交流が実現した。

【東北をはじめとした地方送客拡大に向けた取組】

外国人観光客の回復が遅れている東北地域への送客拡大に向けて、各市場で訪日旅行商品の造成・販売促進に資する事業を実施した。

（東北復興を目的とした事業の例）

・平成 28 年度に世界的なオンライン旅行会社である Expedia 社と東北予約促進キャンペーンを台湾、米国、オーストラリア等の 6 市場で実施した。東北地方に関する観光情報と宿泊施設一覧を集約したページを作成し、5 カ月間で 10,507 泊の宿泊予約が実現した。

・台湾市場において、航空会社 5 社、旅行会社 2 社と連携し、平成 28 年 6 月から 7 月に、台湾の主要な SNS、ウェブサイト等で夏の東北地方の訪日旅行商品の共同広告を実施した。連携した航空会社及び旅行会社による訪日旅行の販売実績は 4,580 人となり、東北地方への誘客を促進した。

<数値目標の達成状況>

【商談件数】（平成 27 年度以降）

機構が提供する訪日旅行商品の販売・造成のための商談件数は、平成 27 年度に 27,646 件、平成 28 年度に 28,170 件となり、各年度とも数値目標の 20,000 件を約 4 割上回った。

【商談参加者評価】（平成 27 年度以降）

商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4 段階評価で上位 2 つの評価を得た割合は平成 27 年度に 95.9%、平成 28 年度に 95.0%となり、各年度とも数値目標の 7 割を大きく上回り、非常に高い満足度が得られた。

【機構が造成・販売支援を行った旅行商品による訪日外国人数】（平成 25 年度及び平成 26 年度）

平成 27 年 3 月に中期計画を変更するまでの数値目標指標については、平成 26 年度が目標の 65 万人に対し、実績が 91.6 万人（数値目標達成率 141.0%）、平成 27 年度は目標の 72 万人に対し、実績が 146 万人（数値目標達成率 202.8%）となり、それぞれ初期の目標を大きく上回る成果が得られた。

4. その他参考情報

--

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

2. 主要な経年データ														
①主要なアウトプット（アウトカム）情報									②主要なインプット情報（財務情報及び人員に関する情報）					
指標等		達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度		平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度
情報提供の 評価	計画値	4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上	—	7割以上	7割以上	7割以上	7割以上	7割以上	予算額（千円）					
	実績値	—	—	95.2%	95.3%	98.1%	98.2%		決算額（千円）					
	達成度	—	—	136.0%	136.1%	140.1%	140.2%		経常費用（千円）					
（対面・電話） 情報提供の 評価	計画値	60,000件	—	—	—	46,000件	53,000件	60,000件	経常利益（千円）					
	実績値	—	—	—	—	37,915件	40,089件		行政サービス実施コスト（千円）					
	達成度	—	—	—	—	82.4%	75.6%		従事人員数					
（ウェブ） 情報提供の 評価	計画値	350,000件	—	—	—	250,000件	300,000件	350,000件						
	実績値	—	—	—	—	395,390件	484,771件							
	達成度	—	—	—	—	158.2%	161.6%							

参考情報提供件数 (対面・電話・ウェブ)	計画値	120,000件 (※)中期計画変更前	—	63,000件 (※)	164,000件 (※)	—	—	120,000件 (※)
	実績値		—	対面電話： 46,461件 ウェブ： 120,531件 合計： 166,992件	対面電話： 41,263件 ウェブ： 229,566件 合計： 270,829件	—	—	—
	達成度	—	—	265.1%	165.1%	—	—	—

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

3. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間評価に係る自己評価及び主務大臣による評価																			
中期目標	中期計画	主な評価指標等	法人の業務実績・自己評価																
			業務実績		自己評価														
<p>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</p> <p>(2) 国内受入環境整備支援業務</p> <p>訪日外国人旅行者の利便性・満足度を向上させるため、国内における受入環境整備として、外国人観光案内所の認定・支援を行い、案内所の更なる質の向上・質の担保を図る。支援の実施に当たっては、認定案内所からの評価を定量的に把握し、相当程度の評価を得るものとする。機構が運営するツーリスト・インフォメーション・センター(以下「TIC」という。)については、機構がこれまでに培ってきたネットワークや手法に基づき、民間のノウハウを取り入れた効果的な運営を行うとともに案内所支援業務の中核として全国の案内所との連携を強化する。運営にあたっては、ウェブを活用</p>	<p>1. 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目標を達成するためとすべき措置</p> <p>(2) 国内受入環境整備支援業務</p> <p>①観光案内所の整備支援業務</p> <p>訪日外国人旅行者の国内受入環境整備を推進するため、外国人観光案内所の認定・支援を行い、ボランティアガイドの活用も視野に入れつつ、外国人観光案内所の更なる質の向上・質の担保を図る。支援の実施に当たっては、外国人旅行者の動向や認定案内所のニーズを踏まえ、支援の充実を図ることとする。</p> <p>ツーリスト・インフォメーション・センター(以下「TIC」という。)については、機構がこれまでに培ってきたネットワークや手法に基づき、民間のノウハウを取り入れた効果</p>	<p><主な定量的指標></p> <p>外国人観光案内所に対する調査において、機構からの支援サービスの評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p> <p>TICによる対面・電話等での情報提供件数を年間6万件、ウェブでの情報提供件数を年間35万件とする。</p> <p><その他の指標></p> <p>なし</p> <p><評価の視点></p> <p>外国人旅行者が円滑に国内を旅行できるよう、外国人旅行者に対する観光情報等の提供が効果的・効率的に行われているか。</p> <p>外国人観光案内所の認定制度を通じた全国的な案内所ネットワークの拡大、及び案内所が提供するサービスの質の向上・質の担保が図られているか。</p> <p>機構による外国人旅行者への情報提供に関し、旅行者の情</p>	<p><主要な業務実績></p> <p>【外国人観光案内所の認定・支援】</p> <p>訪日外国人旅行者の国内受入環境整備を推進するため、観光庁が策定した「外国人観光案内所の設置・運営のあり方の指針」(平成24年1月制定、平成28年6月改定)に基づき、外国人観光案内所の認定制度を運用し、外国人観光案内所の認定、支援サービスの提供等を行った。</p> <p>外国人観光案内所のネットワーク拡大及び更なる質の向上・担保を図るため、平成25年度に新たに立ち上げた認定外国人観光案内所専用サイトの活用、電話通訳サービスの提供(英語、韓国語、中国語)、外国人観光案内に資する資料の提供、ニュースレターの配信、実態調査の実施、研修会の開催等を通じて、先進的取組や事例・情報の共有、助言等を行った。</p> <p>外国人観光案内所向け研修参加者(平成25年度以降の新たな取組):</p> <p>平成25年度 27人(広島市)、28人(高松市)</p> <p>平成26年度 2日間延べ294人(東京)、12人(札幌市)、30人(名古屋市)</p> <p>平成27年度 2日間延べ286人(東京)、48人(大阪市)、32人(福岡市)</p> <p>平成28年度 2日間延べ326人(東京)、17人(仙台市)、17人(新潟市)</p> <p>上記の取組等の結果、全国の認定外国人観光案内所数は、平成24年度の342カ所から平成28年度は851カ所へと5年間で2.5倍となった。</p> <p>認定外国人観光案内所数及び最上位のカテゴリー3案内所:</p> <table border="1"> <tr> <td>平成24年度</td> <td>342カ所</td> <td>うち7カ所</td> </tr> <tr> <td>平成25年度</td> <td>366カ所</td> <td>うち7カ所</td> </tr> <tr> <td>平成26年度</td> <td>528カ所</td> <td>うち18カ所</td> </tr> <tr> <td>平成27年度</td> <td>759カ所</td> <td>うち39カ所</td> </tr> <tr> <td>平成28年度</td> <td>851カ所</td> <td>うち49カ所</td> </tr> </table> <p>平成28年度には、観光案内所認定に係る電子申請システムを新たに構築し、認定案内所の管理データベースと統合することにより業務の効率化を図り、それまで年1回であった申請受付を平成28年6月から通年化するとともに、従来約4カ月間かかっていた申請から認定の期間を約60日間へと大幅に短縮した。</p> <p>【ツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)の運営】</p> <p>以下の取組等を通じて、TICの効率的・効果的運営と全国の案内所との連携の強化を図った。</p>	平成24年度	342カ所	うち7カ所	平成25年度	366カ所	うち7カ所	平成26年度	528カ所	うち18カ所	平成27年度	759カ所	うち39カ所	平成28年度	851カ所	うち49カ所	<p><評定と根拠></p> <p>評定:A</p> <p>機構が認定する外国人観光案内所のネットワークは、平成24年度の342カ所から平成28年度は851カ所と2.5倍の規模へと拡大し、外国人への観光案内体制が全国レベルで格段に向上した。</p> <p>認定済みの案内所の質の向上を促進するコンサルティングにも注力し、広域案内に対応する中位以上のカテゴリーの認定観光案内所のネットワークが全都道府県に拡がり、日本各地を周遊する外国人観光客の利便が向上した。</p> <p>平成25年度から平成28年度の4カ年にわたり、外国人観光案内所に対する調査において、各年度とも95%以上の回答者が機構の支援サービスは大変役立った、または役立ったと回答しており、非常に高く評価されている。</p> <p>TICは、民間のノウハウを取り入れた運営を行い、全国各地の外国人観光案内所へのノウハウ提供、問い合わせ対応支援等を通じて認定外国人観光案内所のネットワーク拡大及び質のレベルアップに貢献した。</p> <p>平成26年度以降、大規模災害等発生時に外国人旅行者等への情報提供を行うため、震度6以上(東京23区内は震度5強以上)の地震発生時に、外国人に対する緊急時電話対応(日本語、英語)を24時間可能としており、平成28年度の熊本地震の際に、さらに2言語(韓国語、中国語)を追加し、4言語対応の体</p>
平成24年度	342カ所	うち7カ所																	
平成25年度	366カ所	うち7カ所																	
平成26年度	528カ所	うち18カ所																	
平成27年度	759カ所	うち39カ所																	
平成28年度	851カ所	うち49カ所																	

<p>した情報提供コンテンツを創設するとともに、T I Cにおいて対面、電話又はウェブによって情報提供を行う機会を増加させる。また、立地や他の外国人観光案内所との連携方法等を含め、現行の在り方を利用者視点に立って見直す。</p>	<p>的な運営を行うとともに、案内所支援業務の中核として全国の案内所との連携を強化する。運営に当たっては、ウェブを活用した情報提供コンテンツを創設するとともに、海外事務所等を通じたT I Cの広報の強化を行い、対面、電話又はウェブによって情報提供を行う機会を増加させる。また、立地や他の外国人観光案内所との連携方法等を含め、現行の在り方を利用者視点に立って見直す。</p> <p>数値目標 外国人観光案内所に対する調査において、機構からの支援サービスの評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p> <p>中期目標期間中に、T I Cによる対面・電話等での情報提供件数を年間6万件、ウェブでの情報提供件数を年間35万件とする。</p>	<p>報収集手段・ニーズをふまえ、情報提供の機会を増やしているか。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・民間のノウハウを取り入れた運営 平成24年度以降、TICの運営を民間事業者へ委託し、民間のノウハウを取り入れた運営を行った。 ・認定外国人観光案内所への支援サービスの提供 認定外国人観光案内所に対して電話による多言語（英語、韓国語、中国語）通訳サービスや電話及びメールでの問合せサービスを提供した。 ・TICの広報強化 東京駅周辺に立地する認定観光案内所と連携して広報を強化した。また、海外事務所を通じてTICの広報を実施した。 ・TICのあり方に関する検討 立地や他の認定観光案内所との連携等を含め、TICの今後のあり方について利用者視点に立った見直しの検討を行った。 ・ウェブを活用した情報提供コンテンツの拡充 訪日外国人旅行者から特に質問の多い交通関連情報、イベント情報等を更新し、ウェブによる情報提供を実施した。外国人観光客だけでなく、国内の案内所等も当該コンテンツを活用している。 ・大規模災害等発生時の緊急時の電話対応24時間化 平成26年度に整備した震度6以上（東京23区内は震度5強以上）の地震発生時におけるTICの24時間電話対応体制（日本語、英語）について、平成28年4月の熊本地震（震度6以上）の発生を受け、24時間対応を実施するとともに、対応言語2言語（韓国語、中国語）追加した。 <p><数値目標の達成状況> 【外国人観光案内所の満足度】 平成25年度から平成28年度までの4カ年にわたり、外国人観光案内所に対する調査において、機構の支援サービスの評価は、4段階評価のうち上位2つの評価を得た割合が各年度とも95%以上となり、目標の7割を大きく上回り、非常に高い満足度を得た。</p> <p>【TICによる対面・電話での情報提供件数】（平成27年度以降） ・TICにおける対面・電話等での情報提供件数は平成28年度に4万件となり、同年度の数値目標5.3万件を下回った。（数値目標達成率75.6%） ・対面・電話での情報提供件数が数値目標に達しなかった理由として、外国人観光客のICT利用の増加に伴い、対面・電話よりもウェブによる情報収集が一般的な情報収集手段となりつつあること、また東京都内ならびに全国各地の外国人認定観光案内所が急速に増加し、またそれぞれ案内レベルが向上していることにより、外国人旅行者が案内を得る手段及び場所の選択肢が増え、案内の機会が分散化しつつあること等が挙げられる。</p>	<p>制を整備した。</p> <p>平成27年度以降の数値目標であるウェブによる情報提供件数は、平成27年度の数値目標25万件に対し、実績が39.5万件、平成28年度の数値目標30万件に対し、実績が48.5万件となり、ウェブによる情報ニーズの高まりに的確に対応した。</p> <p>平成27年度以降の数値目標である対面・電話による情報提供件数に関しては、平成27年度の数値目標4.6万件に対し、実績が3.8万件、平成28年度の数値目標5.3万件に対し、実績が4.0万件となり、目標値を下回った。</p> <p>対面・電話等による情報提供件数が目標を下回った理由として、ウェブによる情報提供の利用が飛躍的に増えていること、また全国各地の外国人観光案内所の量的及び質的向上により、外国人旅行者が全国各地の案内所で必要な情報が得られるようになってきていること等が挙げられる。TICにおける観光情報の提供だけでなく、訪日外国人旅行者の増加及び多様化するニーズに様々な手法及び場所で効率的に対応しているといえることから、観光案内所の整備支援業務としては、初期の目標を達成していると考えられ、自己評価評定はAとする。</p>
--	--	---------------------------------------	--	--

			<p>【ウェブでの情報提供件数】（平成 27 年度以降）</p> <p>・ウェブによる情報提供件数は、平成 27 年度に 39.5 万件となり、中期数値目標の 35 万件を 2 年前倒しで達成した。ウェブによる情報提供件数は、平成 28 年度 48.5 万件となり、中期数値目標を大幅に上回っている。（平成 28 年度における中期数値目標達成率 138.5%）</p> <p>【TIC による情報提供件数（対面・電話・ウェブ）】（平成 25 年度及び平成 26 年度）</p> <p>平成 27 年 3 月に中期計画を変更するまでの数値目標指標は、対面、電話、ウェブを通じた情報提供件数の合計であり、平成 25 年度は数値目標 63,000 件に対し、実績が 166,992 件（数値目標達成率 265.1%）、平成 26 年度は数値目標 164,000 万件に対し、実績が 270,829 件（数値目標達成率 165.1%）となり、いずれも目標を大きく上回る情報提供を実施した。</p>	
--	--	--	--	--

4. その他参考情報

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

2. 主要な経年データ														
①主要なアウトプット（アウトカム）情報								②主要なインプット情報（財務情報及び人員に関する情報）						
指標等		達成目標	基準値 （前中期目標期間最終 年度値等）	平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度		平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度
業務経費の収支	計画値	収入を償う	—	収入を償う	収入を償う	収入を償う	収入を償う	収入を償う	予算額（千円）					
	実績値	—	△15,857 千円	△18,715 千円	8,697 千円	7,746 千円	△5,945 千円		決算額（千円）					
	達成度	—	—	未達成	達成	達成	未達成		経常費用（千円）					
出願者数	計画値	増大を図る	—	—	—	—	—	—	経常利益（千円）					
	実績値	—	5,844人	5,535人	8,140人	12,306人	12,519人		行政サービス実施コスト（千円）					
	達成度	—		前年比 5.3%減	前年比 47.1%増	前年比 51.2%増	前年比 1.7%増		従事人員数					

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

3. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間評価に係る自己評価及び主務大臣による評価				
中期目標	中期計画	主な評価指標等	法人の業務実績・自己評価	
			業務実績	自己評価
<p>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</p> <p>(2) 国内受入環境整備支援業務</p> <p>通訳案内士試験の代行業務については、通訳案内士試験の受験手数料収入で試験業務経費を償うことができず赤字化している現状を踏まえ、その原因を分析した上で、受験者数の予測を行い、試験実施方法の見直し等による試験事務の更なる効率化を実施し、あわせて、受験者数の増大を図ることにより、可能な限り早期に、本試験事務の収支が償う状態とする。</p>	<p>1. 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目標を達成するためとるべき措置</p> <p>(2) 国内受入環境整備支援業務</p> <p>①通訳案内士試験業務</p> <p>通訳案内士法に基づき、通訳案内士試験の実施に関する事務を行う。通訳案内士試験の受験手数料収入で試験業務経費を償うことができず赤字化している現状を踏まえ、その原因を分析した上で、受験者数の予測を行い、会場費の削減等試験実施方法の見直し等による試験事務の更なる効率化を実施し、あわせて、広報強化等により受験者数の増大を図ることにより、本試験事務の収支が償う状態とする。</p>	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 国家試験である通訳案内士試験の事務を代行するにあたり、公正性を担保し、確実・適切に運営しているか。試験事務代行業務のさらなる効率化、受験者数増加策を講じること等により、受験手数料で試験事務の経費が償えるよう、必要な改善・取組が行われているか。</p>	<p><主要な業務実績></p> <p>「通訳案内士試験ガイドライン」(国土交通省)に基づき、試験の公正性・適正性を確保しつつ、試験事務を円滑に実施した。試験の実施にあたっては、広報強化等による出願者数の増加を図るとともに、試験事務の更なる効率化を図り、業務収支の改善に取り組んだ。</p> <p>【試験実施概要】</p> <p>(1) 実施日程</p> <ul style="list-style-type: none"> ・願書・施行要領の配付及び願書受付(5月～6月) ・筆記試験(8月) ・筆記試験合格発表(11月) ・口述試験(12月) ・最終合格発表(2月) <p>(2) 試験地</p> <ul style="list-style-type: none"> ・筆記試験：札幌市、仙台市、東京近郊、名古屋市、大阪近郊、広島市、福岡市、那覇市、韓国・ソウル、台湾・台北、(平成25年度は中国・北京市)及び準会場 ・口述試験：東京近郊、大阪近郊、福岡市 <p>(3) 試験科目</p> <ul style="list-style-type: none"> ・筆記試験：外国語(10言語※)、日本地理、日本歴史、一般常識 ・口述試験：外国語(10言語※)の実践的なコミュニケーション能力 <p>(※) 英語、中国語、韓国語、フランス語、スペイン語、ドイツ語、イタリア語、ポルトガル語、ロシア語、タイ語の10言語</p> <p>【受験者数増加の取組】</p> <p>受験者数の拡大を図るため、以下の取組等を実施した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・他機関による検定試験の高得点者を対象として筆記試験免除に関する広報強化 免除対象となる検定試験の実施団体を通じ、通訳案内士試験の広報を行った。平成26年度に新たに免除対象となったTOEIC高得点取得者を対象とした英語の筆記試験免除に関し、積極的に広報を行った結果、平成26年度には2,243人、平成27年度は4,567人がTOEICの高得点取得者免除制度を利用した。 ・準会場制度の導入 平成25年度に、一定の受験者数確保を要件に、学校等に試験会場を設置する準会場制度を設けた。 	<p><評定と根拠></p> <p>評定：C</p> <p>「通訳案内士試験ガイドライン」(国土交通省、平成28年4月改訂)に基づき、試験事務の公正性等を確保しつつ、試験事務を代行した。</p> <p>平成25年度以降、通訳案内士試験に関する広報強化に取り組み、出願者数は、平成28年度に過去最多となる12,519人(平成24年度の5,844人と比べて約2倍)に達した。</p> <p>試験事務の効率化にも積極的に取り組み、ウェブ申請対象の拡大、マークシート方式による採点、情報セキュリティの強化等、受験者数の大幅増加に的確に対応した。</p> <p>一方、受験者数増加に伴い、試験業務経費も増加傾向にあり、平成25年度から平成28年度までの4年間のうち、黒字が2カ年、赤字が2カ年となった。</p> <p>受験手数料収入で試験業務経費を償うことについて、収支改善に課題が残る状況にあるため、自己評価評定はCとする。</p>

			<p>準会場数及び準会場における受験者数：</p> <p>平成 25 年度 3 カ所、57 人 平成 26 年度 8 カ所、75 人 平成 27 年度 8 カ所、99 人 平成 28 年度 8 カ所、128 人</p> <p>・通訳案内士試験公式 Facebook ページの開設 平成 25 年度に主要 SNS である Facebook を活用した広報を開始し、試験情報や通訳案内士の活動等について情報発信を行った。</p> <p>【試験事務の効率化】 試験事務の公正性・適正性を確保しつつ、以下の事務効率化を図った。</p> <p>・ウェブサイトにおける新規免除申請受付 平成 27 年度に、新規免除申請のオンライン受付を開始した。</p> <p>・マークシート方式の導入 平成 25 年度に筆記試験の一部におけるマークシート方式による採点を開始し、平成 27 年度に口述試験の採点についてもマークシート方式を導入する等、正確で迅速な集計と事務の効率化を図った。</p> <p>・情報セキュリティの強化 平成 28 年度に個人情報をはじめとする機密情報の流出を防ぐシステム対策を講じた。</p> <p>【受験手数料収入及び試験業務経費】 受験者数拡大及び試験事務効率化の取組を行い、収支改善を図ったが、受験者数の増加に伴い、試験業務経費も増加傾向にある。</p> <p>受験手数料収入及び試験業務経費：</p> <p>(平成 24 年度 収入 51 百万円 経費 67 百万円 収支△16 百万円) 平成 25 年度 収入 48 百万円 経費 67 百万円 収支△19 百万円 平成 26 年度 収入 95 百万円 経費 87 百万円 収支 9 百万円 平成 27 年度 収入 144 百万円 経費 136 百万円 収支 8 百万円 平成 28 年度 収入 147 百万円 経費 152 百万円 収支△6 百万円</p>	
--	--	--	--	--

4. その他参考情報

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

2. 主要な経年データ														
①主要なアウトプット（アウトカム）情報									②主要なインプット情報（財務情報及び人員に関する情報）					
指標等		達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度		平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度
商談件数	計画値	年平均 1,700件 以上	—	—	—	1,700件 以上	1,700件 以上	1,700件 以上	予算額（千円）					
	実績値	—	—	—	—	3,471件	3,401件		決算額（千円）					
	達成度	—	—	—	—	204.2%	200.1%		経常費用（千円）					
商談参加者の評価	計画値	4段階評価 で上位2つの 評価を得る 割合が7割 以上	—	—	—	7割以上	7割以上	7割以上	経常利益（千円）					
	実績値	—	—	—	—	91.6%	88.9%		行政サービス実施コスト（千円）					
	達成度	—	—	—	—	130.9%	127.0%		従事人員数					
等への外国人参加者予定数 参考：誘致に成功した国際会議	計画値	102,000人 (※)中期計画変更前	—	82,700人 (※)	87,300人 (※)	—	—	102,000人 (※)						
	実績値	—	—	92,128人	103,528人	—	—	—						
	達成度	—	—	111.4%	118.6%	—	—	—						

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

3. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間評価に係る自己評価及び主務大臣による評価				
中期目標	中期計画	主な評価指標等	法人の業務実績・自己評価	
			業務実績	自己評価
<p>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</p> <p>(3) 国際会議等の誘致・開催支援業務</p> <p>我が国のMICE (Meeting, Incentive Travel, Convention, Exhibition/ Event の総称)分野の国際競争力を強化するため、海外においては各種MICE関連団体等との国際ネットワークの充実を図るとともに、世界のMICE市場の動向及び競合する都市や団体による誘致活動に関する情報の収集力を強化し、今後の市場トレンドの分析や課題の整理・解決に向けた取組を実施する。また、大学・産業界等国内主催者との一層の関係強化・支援強化に取り組むとともに、国内外において新規案件を発掘する機能を拡大する。これらを始めた各種マーケティング活動の強化を通</p>	<p>1. 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目標を達成するためとすべき措置</p> <p>(3) 国際会議等の誘致・開催支援業務</p> <p>①国際会議等の誘致支援業務</p> <p>我が国のナショナルコンベンションビューローとしてのマーケティング機能を強化し、市場分析、誘致対象のターゲティング、ポジショニング等を踏まえた誘致戦略を策定する。関係者のニーズを的確に反映しつつ、従来からのMICE (Meeting, Incentive Travel, Convention, Exhibition/ Event の総称) 誘致・開催支援業務を一層充実するとともに、都市・コンベンションビューローの強化のためのコンサルティング機能の拡充を図ることで、我が国のMICE誘致主体のマーケティング戦略の高度化とその着実な実施に対</p>	<p><主な定量的指標></p> <p>海外の国際会議・インセンティブ旅行主催者等と、機構、国内の地方公共団体及び民間事業者等との商談件数を1, 700件以上とする。商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p> <p><その他の指標></p> <p>なし</p> <p><評価の視点></p> <p>「2030年にはアジアNo. 1の国際会議開催国として不動の地位を築く」ことに向け、国内外において着実な取組が行われているか。</p>	<p><主要な業務実績></p> <p>① 国際会議の誘致支援活動</p> <p>我が国のナショナルコンベンションビューローとしてのマーケティング機能を強化し、地方自治体、コンベンションビューロー等（以下、コンベンション推進機関等）への誘致支援業務の充実化を図った。</p> <p>国際会議・インセンティブ旅行主催者等と、機構、国内の地方公共団体及び民間事業者等との商談等を通じて得られた情報をもとに、MICE開催国としての日本の強み及びポジショニングを踏まえた戦略的な誘致活動を展開し、世界的に重要な学術・産業関係の国際会議等の誘致に成功した。</p> <p>【海外におけるネットワーク拡大、情報収集・分析の強化】</p> <p>世界的なMICE専門見本市・商談会へ参加し、海外の国際会議・インセンティブ旅行主催者等との商談を行った。平成27年度以降は、訪日プロモーション事業の実施主体として、機構が主体となって見本市等への出展事業を実施した。平成25年度から平成28年度の毎年、国内のコンベンション推進機関等と共同出展し、商談を行った主要MICE見本市は以下の通り。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・IT&CM (中国・上海) ・IMEX (ドイツ・フランクフルト) ・IMEX アメリカ (米国・ラスベガス) ・IBTM (スペイン・バルセロナ) ・AIME (オーストラリア・メルボルン) <p>【国際的なMICE関連団体の活動との積極的な関与】</p> <p>ICCA (International Congress and Convention Association) 等の国際的なMICE関連団体の活動等へ積極的に参画し、海外における市場や会議主催者等の動向及び競合国・都市等の誘致活動に関する情報の収集・分析を強化し、国内のコンベンション推進機関等への情報提供を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ICCA国際会議データベースを活用した誘致案件の発掘 (通期) ・ICCA総会への参加 (平成25年度～平成28年度の毎年) ・ICCAアジア太平洋部会ビジネスワークショップへの参加 (オーストラリア・ゴールドコースト 平成26年9月、及び福岡市 平成27年11月) <p>【MICEブランドイメージの確立とMICE情報発信】</p> <p>海外のMICE主催者等には英語等の主要言語、国内の国際会議主催者等には日本語にて、MICE関連情報の発信を行った。情報発信にあたっては、ウェブサイト、動画、冊子、広告等、様々な手法を活用し、日本でのMICE開催を訴求する情報発信を行った。</p> <p>平成26年度に観光庁により策定された新たな日本のMICEブランド「Japan. Meetings & Events -New ideas start here」を各事業・各作成物に反映し、国内外におけるブ</p>	<p><評定と根拠></p> <p>評定：A</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2030年にアジアNo. 1の国際会議開催国として不動の地位を築くという政府目標の達成に向け、マーケティング機能の強化、海外におけるネットワーク拡大とMICE専門見本市等への参加を通じた情報収集・分析、国内における有力な会議主催者との関係強化等の取組を行った。 ・アジア諸国を中心とする海外競合国・地域との誘致競争が激しさを増す中、2016年の日本における国際会議開催件数は過去最多の410件となり、アジア・オセアニア・中近東地域で4年連続1位 (中国と同数・同順位)、世界総合ランキング第7位 (中国と同数・同順位) の堅持に貢献した。 ・国内各都市・コンベンション推進機関等と連携して、海外の主要MICE見本市等に参加したほか、機構が主催するMICE商談会等を通じて、国際会議・インセンティブ旅行主催者等と、機構、国内の地方公共団体及び民間事業者等との商談の場を提供し、平成27年度、平成28年度の商談件数は、いずれも3,400件を超え、数値目標1,700件を2倍以上、上回った。 ・海外側・国内側双方の商談参加者による満足度 (4段階評価の上位2段階を得た割合) は、9割前後となり、目標の7割を大きく上回る高い評価を得た。 ・日本を代表する国際会議開催地とし

<p>じて、従来からのMICE誘致・開催支援業務を強化するとともに、地方自治体、コンベンションビューロー等の誘致主体のマーケティング戦略の高度化と戦略に基づく誘致活動の着実な実施に向けた支援を行う。</p> <p>これらの取組を基礎に、MICEの誘致・開催促進事業の実施主体として、また、我が国のナショナルコンベンションビューローとして、国際会議及びインセンティブ旅行（企業報奨旅行）等のMICE誘致についてさらなる深化を図る。</p> <p>なお、これらの各種取組に当たっては、成果の最大化の観点から、支援対象等の選択と集中の徹底及び効率的な実施に留意することとする。</p>	<p>する支援を行う。</p> <p>また、ICCA (International Congress and Convention Association) を始めとする国際的なMICE関連団体の活動への積極的な参画等による国際ネットワークの充実を図るとともに、海外における市場や会議主催者等の動向及び競合国・都市等の誘致活動に関する情報の収集・分析を強化し、国内の誘致関係者への情報提供を行う。また、国内においては有力な会議主催者等との関係強化や会議誘致への啓蒙活動の充実等により主催者への動機づけを行い、誘致・開催に向けた意欲を高める等、大学・産業界等との一層の関係強化を通じた新規案件発掘機能を拡大する。</p> <p>あわせて訪日インセンティブ旅行（企業報奨旅行）等の市場分析の強化を通じ、東南アジア、欧米豪等の有望市場からの誘致拡大を図る。</p> <p>これらの取組を基礎に、MICEの誘致・開催促進事業の実施主体として、また、</p>		<p>ランドイメージの確立と認知拡大を図った。</p> <p>【国際会議キーパーソン招請】 国際会議の開催地決定に影響力のある海外のキーパーソンを日本へ招請し、国内関係者との商談会、視察等を実施した。</p> <p>国際会議キーパーソン招請 Meet Japan 事業： 平成 25 年度 6 人を招請 6 都市を視察 9 都市と商談 平成 26 年度 9 人を招請 9 都市を視察 9 都市と商談 平成 27 年度 20 人を招請 17 都市を視察 21 都市と商談 平成 28 年度 11 人を招請 8 都市を視察 20 都市と商談</p> <p>【グローバル MICE 都市への支援】 観光庁が認定するグローバル MICE 都市（※）に対し、海外の MICE 専門誌による取材・記事広告の掲載、セミナー・シンポジウム等への協力を行った。</p> <p>（※）グローバル MICE 都市：平成 25 年度にグローバル MICE 戦略都市として、東京、横浜市、愛知県名古屋市、京都市、大阪府大阪市、神戸市、福岡市の 7 都市、平成 27 年度にグローバル MICE 強化都市として、札幌市、仙台市、千葉県千葉市、広島市、北九州市の 5 都市が選定された。現在、12 都市を統一的にグローバル MICE 都市と呼称。</p> <p>【国内主催者等との関係強化による国際会議誘致支援活動の強化】 平成 25 年度に始まった MICE アンバサダープログラムにより、学術・学会関係者等、国内主催者等を MICE アンバサダーとして委嘱・認定し、ネットワーク化することにより国内主催者との関係強化を図った。同制度の運営は、平成 27 年度に観光庁から機構が引き継ぎ、MICE アンバサダーに対する誘致支援プログラムの提供等を通じて、平成 27 年度は 4 件、平成 28 年度は 10 件の国際会議誘致に成功した。</p> <p>MICE アンバサダーの委嘱・認定： （平成 25 年度 8 人観光庁より委嘱） （平成 26 年度 5 人観光庁より委嘱） 平成 27 年度 16 人認定 平成 28 年度 18 人認定（MICE アンバサダー47 人体制で運営）</p> <p>MICE アンバサダーによる国際会議誘致成功事例： ・世界博物館大会 2019 年に京都市で開催予定 参加者 2,500 人（うち外国人 2,000 人） ・国際義肢装具協会世界大会 2019 年に神戸市で開催予定 参加者 5,000 人（うち外国人 3,000 人） ・国際自動制御連盟総会 2023 年に横浜市で開催予定 参加者 3,000 人規模（うち外国人 1,500 人）</p>	<p>て、観光庁が認定するグローバル MICE 都市（国内 12 都市）に対し、MICE 専門誌での PR をはじめとする認知度向上支援等を行った。</p> <p>・地域の特性及び収容規模等を活かした国際会議の誘致協力にも積極的に取り組み、平成 27 年度に富山市、広島市等、平成 28 年度に奈良市、高松市、宮崎市等での国際会議開催が決定した。</p> <p>・MICE アンバサダープログラムの運営を通じて、国内の有力な会議主催者との関係を強化し、国際会議の誘致支援を行った。年度中に MICE アンバサダーによる国際会議の開催が平成 27 年度に 4 件、平成 28 年度に 10 件決定した。</p> <p>・インセンティブ旅行の誘致については、東アジア、東南アジア等の有望市場に対する取組を強化し、セミナー・商談会開催等の取組を拡充するなど、積極的な誘致活動を展開したほか、インセンティブ旅行のポータルサイト（英語、韓国語、中国語）を平成 28 年度に開設した。</p> <p>・さらに訪日インセンティブ旅行のベストプラクティスを表彰するジャパン・インセンティブアワードを平成 28 年度に創設し、海外から応募のあった訪日インセンティブ旅行の中から、3 件を表彰した。</p> <p>・アジア諸国を中心とする海外競合国・地域との誘致競争が激しさを増す中、日本で開催される国際会議開催件数は順調に増加しており、世界全体の国際会議開催件数を上回る伸び率で増加している（ICCA 統計、平成 24 年度比）。</p> <p>・日本の学術・産業界に重要な大型国際</p>
---	--	--	--	--

	<p>我が国のナショナルコンベンションビューローとして、国際会議及びインセンティブ旅行（企業報奨旅行）等のMICE誘致についてさらなる深化を図る。なお、これらの取組に当たり、支援対象等の絞りこみ、効率的な実施に留意する。</p> <p>②国際会議の開催支援業務</p> <p>誘致が決定した国際会議の開催を円滑に進めるため、ノウハウ事例の提供、人材育成、寄附金募集・交付金交付制度の運営等の事業を実施する。</p> <p>数値目標</p> <p>中期目標期間中、海外の国際会議・インセンティブ旅行主催者等と、機構、国内の地方公共団体及び民間事業者等との商談件数を年平均1,700件以上とする。</p> <p>商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p>		<p>国内の学術・学会関係者を対象とした国際会議主催者セミナーを毎年開催し、MICEアンバサダー等による国際会議誘致・開催のノウハウ共有を図ったほか、国際会議の誘致・開催のベストプラクティスを表彰する国際会議誘致・開催貢献賞の授与を毎年実施し、国内最大のMICE見本市・国際ミーティング・エキスポの会場で授賞式を開催した。</p> <p>国際会議誘致・開催貢献賞の授与：</p> <p>平成25年度 12件 平成26年度 12件 平成27年度 11件 平成28年度 13件</p> <p>上記取組等の結果、平成25年度以降に日本で開催することが決まったグローバルMICE都市等で開催される参加者2千人以上の大型国際会議、また地方各都市の特性及び収容規模等を活かした中小規模の国際会議は以下の通り。</p> <p>平成25年度以降に日本開催が決定した参加者2千人以上の大型国際会議の例：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アジア太平洋ITSフォーラム 2018年に福岡市で開催予定 参加者3,000人規模（うち外国人1,000人） ・国際リハビリテーション医学会 2019年に神戸市で開催予定 参加者7,000人規模（うち外国人3,000人） ・世界地震工学会議 2020年に仙台市で開催予定 参加者3,000人規模（うち外国人1,500人） ・国際人工知能会議 2020年に名古屋市で開催予定 参加者2,500人規模（うち外国人2,000人） ・世界核医学会議 2022年に京都市で開催予定 参加者3,500人（うち外国人1,500人） <p>平成25年度以降に日本開催が決定した中小規模の国際会議：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・電磁波工学研究の進歩に関する国際会議 2018年に富山市で開催予定 参加者1,200人規模（うち外国人600人） ・国際行動神経科学会 2017年に広島市で開催 参加者300人規模（うち外国人200人） ・言語リソース評価に関する会議 2018年に宮崎市で開催予定 参加者1,000人規模（うち外国人800人） ・地球大気化学国際共同研究計画国際会議 2018年に高松市で開催予定 参加者600人規模（うち外国人550人） ・国際妊婦高血圧症会議 2020年に奈良市で開催予定 参加者500人規模（うち外国人300人） <p>日本における国際会議の開催件数は世界における国際会議の開催件数の伸率を上回る伸率で増加しており、国際会議開催国としてアジア・オセアニア・中東地域で5年連続1位、世界総合ランキング第7位を5年連続で堅持している（ICCA統計）。</p>	<p>会議等の誘致に成功しているほか、地域の特性・収容規模を生かした国際会議の誘致に成功していること、また訪日インセンティブ旅行誘致に関する取組も積極的に拡充している。</p> <p>上記質的成果に加え、各年度の数値目標指標について120%以上達成している項目が過半となっていること、また平成27年度以降の商談件数については、2年連続で200%以上の達成率となっていることから、自己評価評価はAとする。</p>
--	---	--	--	---

			<p>(参考) 世界の国際会議開催件数、うち日本開催件数、シェア (ICCA 統計) : (平成 24 年 2012 年 11,156 件中、341 件) 平成 25 年 2013 年 11,685 件中、342 件 平成 26 年 2014 年 11,505 件中、337 件 平成 27 年 2015 年 12,076 件中、355 件 平成 28 年 2016 年 12,227 件中、410 件 ※平成 24 年度からの国際会議開催件数の伸び率: 世界 9.6%増、日本 20.2%増</p> <p>【訪日インセンティブ旅行の誘致拡大】 訪日インセンティブ旅行の誘致拡大を図るため、訪日インセンティブ旅行の海外主要市場において、商談会・セミナーを開催した。</p> <p>インセンティブセミナー・インセンティブマートの開催: 平成 25 年度 台湾・台北、韓国・ソウル、釜山、タイ・バンコク、オーストラリア・シドニー (5 都市) 平成 26 年度 台湾・台北、韓国・ソウル、釜山、タイ・バンコク、オーストラリア・シドニー 平成 27 年度 台湾・台北、台中、高雄、インドネシア・ジャカルタ、シンガポール、マレーシア・クアラルンプール、韓国・ソウル (2 回)、釜山、タイ・バンコク 平成 28 年度 台湾・台北、台中、高雄、インドネシア・ジャカルタ、シンガポール、マレーシア・クアラルンプール、韓国・ソウル (2 回)、釜山、タイ・バンコク</p> <p>また、訪日インセンティブ旅行の需要喚起を図るため、インセンティブ旅行のポータルサイト (英語、韓国語、中国語簡体字、中国語繁体字) を平成 28 年度に開設し、インセンティブ旅行に関する情報発信を拡充した。</p> <p>【訪日インセンティブ旅行の表彰制度の創設】 日本初となる訪日インセンティブ旅行のベストプラクティスを表彰するジャパン・インセンティブアワードを平成 28 年度に創設した。各国から寄せられた応募案件を審査し、初年度は 3 件を表彰した。受賞したインセンティブ旅行は、機構のウェブサイトに掲載し、開催地の特色を活かした訪日インセンティブ旅行事例として公表した。</p> <p>②国際会議の開催支援業務 誘致が決定した国際会議の開催を円滑に進めるため、人材育成を目的としたセミナーの開催及び寄附金募集・交付金交付制度を運営した。</p> <p>【人材育成】 MICE 産業を支える人材育成を行うため、初級者対象のセミナー及び中上級者対象のセミナーを開催した。</p>	
--	--	--	---	--

MICE セミナー参加者：

平成 25 年度 初級者対象 48 人、中上級者対象 54 人
平成 26 年度 初級者対象 67 人、中上級者対象 35 人
平成 27 年度 初級者対象 62 人、中上級者対象 23 人
平成 28 年度 初級者対象 55 人、中上級者対象 25 人

【寄附金募集・交付金交付制度の運営】

誘致が決定した国際会議の開催を支援するため、寄附金募集・交付金交付制度を運営した。

寄付金募集が決定した国際会議：

平成 25 年度 8 件
平成 26 年度 7 件
平成 27 年度 3 件
平成 28 年度 10 件

交付金を交付した国際会議件数及び交付額：

平成 25 年度 7 件、42 百万円
平成 26 年度 8 件、55 百万円
平成 27 年度 7 件、54 百万円
平成 28 年度 2 件、48 百万円

<数値目標の達成状況>

【商談件数】（平成 27 年度以降の数値目標）

国際会議・インセンティブ旅行主催者等と、機構、国内の地方公共団体及び民間事業者等との商談件数は平成 27 年度に 3,471 件、平成 28 年度に 3,401 件となり、各年度とも目標の 1,700 件を 2 倍以上、上回った。

平成 27 年度以降、より幅広い事業パートナーに対して積極的に MICE 関連見本市・商談会への参加募集を行った結果、参加団体数が増え、複数の主要見本市の出展規模を拡大して商談を行うことにより、国際会議・インセンティブ旅行主催者等への働きかけを強化した。

【商談参加者評価】（平成 27 年度以降の数値目標）

商談参加者に対する調査では、4 段階評価のうち上位 2 つの評価を得た割合は平成 27 年度に 91.6%、平成 28 年度に 88.9%と、目標の 7 割を大幅に上回り、高い満足度が得られた。

【誘致に成功した国際会議等への外国人参加者予定数】（平成 25 年度及び平成 26 年度の数値目標）

変更前の当初中期計画の数値目標であった機構が誘致に成功した国際会議等への外国人参加予定者数については、平成 25 年度に 92,128 人、平成 26 年度に 103,528 人となり、

				各年度の年度計画における数値目標を 111.4%、118.6%上回った。	
--	--	--	--	--------------------------------------	--

4. その他参考情報					

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

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

3. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間評価に係る自己評価及び主務大臣による評価					
中期目標	中期計画	主な評価指標等	法人の業務実績・自己評価		
			業務実績		自己評価
<p>3. 業務運営の効率化に関する事項</p> <p>(1) 組織運営の効率化</p> <p>「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」(平成25年12月24日閣議決定)、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」(平成26年6月17日観光立国推進閣僚会議決定)及び「『日本再興戦略』改訂2014」(平成26年6月24日閣議決定)を踏まえ、訪日プロモーション事業の実施に</p>	<p>2. 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</p> <p>(1) 組織運営の効率化</p> <p>「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」(平成25年12月24日閣議決定)、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」(平成26年6月17日観光立国推進閣僚会議決定)及び「『日本再興戦略』改訂2014」(平成26年6月24日閣議決定)を</p>	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 訪日プロモーション事業の実施に当たり、海外事務所において市場のニーズに即応した迅速な意思決定を行えるよう、予算や人員等の経営資源の重点的な配分を進めているか。 予算の適切な執行と契約に係る適正性等を確保するため、本部事務所及び海外事務所について、必</p>	<p><主要な業務実績></p> <p>中期目標及び中期計画に記載の政府方針等を受け、それまで観光庁が実施していた訪日プロモーション事業を平成27年から原則として機構が中心となって実施することとなり、平成26年度の補正予算事業から機構による訪日プロモーション事業の実施を開始した。訪日プロモーション事業の適切かつ効果的な展開を図るため、新たな経営理念の策定、本部組織再編、海外事務所体制の拡充等を行い、組織の機能強化を進めた。</p> <p>【組織運営の効率化】 訪日プロモーション事業の実施主体となるにあたり、平成27年度に新たな経営理念を策定した。策定にあたっては、職員全員が参加した議論や有識者のご意見を踏まえ、経営理念においては、4つの約束をビジョンとして、また機構が果たすべき4つの役割をミッションとして定めた。また、平成27年度に経営理念推進プロジェクトチームを立ち上げ、組織内における経営理念の浸透、実践促進に向けた研修等の各種取組を実施した。</p> <p>平成29年1月に機構の本部事務所移転に伴い、新たな組織ロゴ及びタグライン「日本の魅力を、日本のチカラに。」を定め、コーポレート・アイデンティティの構築を行った。</p> <p>【本部組織再編】 平成27年に機構が訪日プロモーション事業の実施主体となったことに伴い、本部機能を強化するため本部組織を再編した。具体的には、より戦略的に訪日プロモーション</p>		<p><評定と根拠></p> <p>評定：A</p> <p>平成27年度以降、訪日プロモーション事業の実施主体として適切・適正な執行を担う業務体制を整備するため、監査室の新設を含む本部組織の再編を行うとともに、今中期計画期間中に海外事務所を新たに7カ所開設し、海外事務所のネットワークを13事務所体制から20事務所体制へと拡充した。</p> <p>平成27年度以降、訪日プロモーション事業の予算を海外事務所に配賦し、海外事務所の権限で企画競争を実施する等、各市場において現地目線で訪日プロモーション事業を企画・実施した。</p> <p>海外事務所の体制強化のため、平成27年度に現地採用職員を各事務所増員した(1事務所は前年度に前倒しで増</p>

<p>当たり、海外事務所において市場のニーズに即応した迅速な意思決定を行えるよう、経営資源と権限の海外シフトを進める。このため、予算や人員等の経営資源を海外事務所に重点的に配分するとともに、海外事務所長の判断により、柔軟な執行ができる仕組みを構築する。</p> <p>あわせて、海外事務所の組織体制を整備するため、民間からの出向者、中途採用者及び現地採用職員の積極的な活用を図る。職員の意欲向上を図り、組織を活性化させるため、能力と実績に基づく人事評価を行い、これに応じた処遇を行うとともに、能力の啓発に努める。特にプロパー職員については、観光宣伝業務に関するノウハウを着実に蓄積し、機構の中核として担うべき役割を的確に果たすことができるよう、その育成に努める。</p> <p>海外事務所については、それに係る成果指標に基づき毎年度厳格に評価を行い、国のインバウンド政策及び市場の動向も踏まえつつ、事務所数や</p>	<p>踏まえ、訪日プロモーション事業の実施に当たり、海外事務所において市場のニーズに即応した迅速な意思決定を行えるよう、経営資源と権限の海外シフトを進める。</p> <p>このため、予算や人員等の経営資源を海外事務所長に重点的に配分するとともに、海外事務所長の判断により、柔軟な執行ができる仕組みを構築する。</p> <p>また、「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」（平成25年12月24日閣議決定）に基づき、予算の適切な執行と契約に係る適正性等を確保するため、本部事務所及び海外事務所について、必要な機能強化を図る。</p> <p>海外事務所については、活動内容の実績や市場の将来性等について毎年度厳格に評価を行い、国のインバウンド政策及び市場の動向も踏まえつつ、事務所数や配置の適正性、予算や人員等の経営資源の配分等について不断の見直しを行う。</p>	<p>要な機能強化を図っているか。</p>	<p>事業を実施していくため、誘致戦略策定や調査・マーケティング機能を担うインバウンド戦略部を新設するとともに、組織ガバナンス強化のため、監査室を新設した。</p> <p>本部組織体制（平成27年4月）：1室4部 監査室（新設） 経営管理部 インバウンド戦略部（新設） 海外プロモーション部 コンベンション誘致部</p> <p>さらに、訪日プロモーション事業のさらなる強化・高度化を図るため、平成28年度にグローバルマーケティング部を新設する組織再編を決定し、人員配置を含む諸準備を実施した（新体制の施行は平成29年4月）。</p> <p>本部組織体制（平成29年4月）：1室5部 監査室 経営管理部 インバウンド戦略部 海外プロモーション部 グローバルマーケティング部（新設） コンベンション誘致部</p> <p>【海外事務所の新設】 海外現地におけるプロモーション体制強化のため、平成25年度にインドネシア・ジャカルタに新事務所を開設し、平成28年度に以下の6事務所を開設した。これにより、海外事務所ネットワークは、平成24年度の13事務所体制から平成28年度の20事務所体制へと拡充した。</p> <p>海外事務所の開設： 平成25年度 インドネシア・ジャカルタ事務所 平成26年3月20日開設 平成28年度 ロシア・モスクワ事務所 平成28年12月16日開設 ベトナム・ハノイ事務所 平成29年2月27日開設 マレーシア・クアラルンプール事務所 平成29年3月8日開設 インド・デリー事務所 平成29年3月30日開設 スペイン・マドリッド事務所 平成29年3月30日開設 イタリア・ローマ事務所 平成29年3月30日開設</p> <p>また、平成27年度以降、海外事務所における訪日プロモーション事業の調達（契約責任者は海外事務所長）を実施した。これにより、海外事務所における迅速な意思決定や臨機応変な対応により、諸外国との競争に打ち勝つ効果的な外客誘致活動が開始されるとともに、海外での直接契約が可能となることで、海外の消費者にダイレクトに働き</p>	<p>員）した。</p> <p>本部及び海外事務所の職員が一丸となって業務に取り組むため、職員全員を巻き込んだ議論も踏まえ、組織の目指す方向性を共有する新たな経営理念を平成27年度に策定し、以降、経営理念の浸透と実践促進を図る研修等の各種取組を実施した。</p> <p>平成25年12月の閣議決定により、機構が訪日プロモーション事業の実施主体となる政府方針が示されてから、極めて限られた期間で、本部組織再編、海外事務所開設等を通じて、訪日プロモーション事業の効果的・効率的実施を担う組織機能の強化を進めており、自己評価評価はAとする。</p>
--	---	-----------------------	---	---

<p>配置の適正性、予算や人員等の経営資源の配分等について不断の見直しを行う。</p>			<p>かける、外国人目線でのプロモーションが実現した。</p> <p>なお、海外事務所体制の強化を図るため、平成27年度に全海外事務所において現地職員を増員（1事務所は、前年度に前倒しで増員）した。</p> <p>海外事務所については、毎年度海外事務所評価を実施し、各海外事務所のパフォーマンスを定量的・定性的に把握することにより、予算や人員等の経営資源の配分等について見直しを行った。</p>	
---	--	--	---	--

4. その他参考情報

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

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報
効率化対象経費の効率化	毎年度平均で1.25%以上	—	1.88%	4.06%	9.87%	7.22%		

3. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間評価に係る自己評価及び主務大臣による評価				
中期目標	中期計画	主な評価指標等	法人の業務実績・自己評価	
			業務実績	自己評価
<p>3. 業務運営の効率化に関する事項</p> <p>(2) 業務運営の効率化</p> <p>①効率化目標の設定等</p> <p>運営費交付金を充当して行う業務については、今中期目標期間中、一般管理費（人件費、公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）及び業務経費（公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）の合計について</p>	<p>2. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとすべき措置</p> <p>(2) 業務運営の効率化</p> <p>①効率化目標の設定等</p> <p>一般競争入札等の活用、業務執行方法の改善等を通じて、一般管理費の更なる削減と業務運営の効率化に努める。</p> <p>運営費交付金を充当して行う業務については、今中期目標期間中、一般管理費（人件費、公租公課等の所要額計上を必要とする</p>	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 運営費交付金を充当して行う業務については、一般管理費及び業務経費のうち効率化対象の合計について、毎年度平均で前年度比1.25%以上の効率化を行っているか。</p> <p>公正性・透明性を確保しつつ、自律的かつ継続的に調達等の合理化に取り組み、業務運営の効率化を図っているか。</p>	<p><主要な業務実績></p> <p>① 効率化目標の設定等 一般競争入札等の活用、業務執行方法の改善等を通じて、業務運営の効率化を図った結果、一般管理費（※1）及び業務経費（※2）の合計は、平成 24 年度に対して 28.88% の減となり、中期計画で定める毎年度平均の効率化比率は、7.22% の減となった。</p> <p>（※1）人件費、公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。 （※2）公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。</p> <p>② 調達等合理化の取組 平成 25 年度及び平成 26 年度については、平成 22 年 6 月に策定・公表した随意契約等見直し計画に基づき、毎年度、フォローアップを行った。</p> <p>平成 27 年度以降は、「独立行政法人における調達等合理化の取組の推進について」（平成 27 年 5 月 25 日総務大臣決定）に基づき、公正性・透明性を確保しつつ、自律的かつ継続的に調達等の合理化に取り組むため、毎年度、調達等合理化計画を作成し、契約監視委員会の点検を経て公表するとともに、取組結果・効果について毎年度、自己評価を行い、契約監視委員会の点検を受けた。</p> <p>【調達等合理化計画における重点的な取組分野と取組結果】</p>	<p><評定と根拠></p> <p>評定：B</p> <p>効率化対象経費については、一般競争入札の活用、調達等合理化の取組等を通じて、中期計画で定める毎年度平均の効率化比率は、7.22% の減となり、目標である 1.25% を上回る効率化を行った。</p> <p>平成 27 年度以降、調達等合理化の取組にあたっては、「独立行政法人における調達等合理化の取組の推進について」（平成 27 年 5 月 25 日総務大臣決定）を踏まえ、毎年度、調達等合理化計画を策定し、計画に基づいた取組を行った。</p> <p>平成 27 年度及び平成 28 年度について、調達等合理化計画を踏まえた取組内容及び効果を検証した結果、公正性・透明性を確保しつつ調達の合理化に寄与するものとなったことから、その目的を達成したと認められた。調達等合理化計画の取組に関する上記自己評価について</p>

<p>て、毎年度平均で前年度比1.25%以上の効率化を行うものとする（ただし、新規に追加される業務、拡充業務は対象外）。</p> <p>給与水準については、国家公務員の給与水準も十分考慮し、手当を含め役職員給与の在り方について検証した上で、その適正化に取り組むとともに、その検証結果や取組状況を公表するものとする。</p> <p>また、総人件費については、政府における総人件費削減の取り組みを踏まえ、厳しく見直すものとする。</p> <p>②調達等合理化の取組</p> <p>「独立行政法人における調達等合理化の取組の推進について」（平成27年5月25日総務大臣決定）に基づく取組を着実に実施し、公正性・透明性を確保しつつ、自律的かつ継続的に調達等の合理化に取り組む。</p>	<p>る経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）及び業務経費（公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）の合計について、毎年度平均で前年度比1.25%以上の効率化を行う（ただし、新規に追加される業務、拡充業務は対象外）。</p> <p>②調達等合理化の取組</p> <p>「独立行政法人における調達等合理化の取組の推進について」（平成27年5月25日総務大臣決定）に基づく取組を着実に実施し、公正性・透明性を確保しつつ、自律的かつ継続的に調達等の合理化に取り組む。</p>	<p>(1) 訪日プロモーション事業の企画競争実施にあたっての要件審査の充実及び迅速化並びに計画的な事業実施（平成28年度計画）</p> <p>平成28年度に要件審査に係るチェックリストを導入し、要件審査の充実・迅速化を図った。</p> <p>チェックリストによる要件審査実施件数： 平成28年度 54件</p> <p>(2) 企画競争の一者応募の見直し（平成27年度及び平成28年度計画）</p> <p>企画競争説明書を受け取りながら、応募しなかった者にアンケート調査を実施し、企画書を提出しなかった理由を把握することにより、機構の取組により改善できる余地がないか検討した。アンケート結果では、7割の回答者が自社都合、履行困難等、事業者側の理由であったが、提出期限に余裕がなかったとの回答も少数あったことから、要件審査の更なる迅速化を図ることとした。</p> <p>競争性のある契約のうち一者応札・応募件数： （平成25年度 29件中、12件（41.4%）） （平成26年度 84件中、22件（26.2%）） 平成27年度 118件中、39件（33.1%） 平成28年度 169件中、43件（25.4%）</p> <p>(3) 障害者就労施設等からの優先調達（平成27年度及び平成28年度計画）</p> <p>調達可能な物品等の確認を行い、積極的に組織内で活用を周知し、平成28年度は調達品目、件数、金額ともに拡大した。</p> <p>障害者就労施設等からの調達件数： 平成27年度 5件 83千円 平成28年度 12件 1,120千円</p> <p>(4) 物品等調達におけるオープンカウンター方式の導入（平成27年度計画）</p> <p>オープンカウンター方式の調達を実施し、見積書を聴取する事務の効率化を図った。平成28年度は、オープンカウンター方式による調達情報をウェブサイトに掲載する際、調達物品等の内容をより詳細に掲載する等の改善を図り、実施件数が拡大した。</p> <p>オープンカウンター方式の実施件数： 平成27年度 36件 平成28年度 60件</p> <p>【調達等合理化計画における調達に関するガバナンスの徹底】</p> <p>・新たな随意契約に関する内部統制の確立</p>	<p>ては、各年度とも契約監視委員会による点検を受けた。</p> <p>以上のことから、業務運営の効率化にあたり、目標の水準を十分満たしており、自己評価評価はBとする。</p>
--	--	---	--

			<p>競争性のない随意契約を新たに締結した案件について、随意契約によることができる事由の整合性や、より競争性のある調達手続きの可否の確認の観点から監査室による独立した立場からの点検を実施した。</p> <p>監査室による新たに締結した随意契約点検件数： 平成 27 年度 27 件 平成 28 年度 45 件</p> <p>・ 職員のスキルアップ 訪日プロモーション事業の一層の複雑化、専門化する調達業務に適切に対応するため、調達に関わる研修を実施した。</p> <p>調達に関する研修の実施： 平成 27 年度 本部職員研修、赴任前研修 平成 28 年度 赴任前研修、海外事務所研修（バンコク事務所、シンガポール事務所）</p>	
--	--	--	--	--

4. その他参考情報

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

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

3. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間評価に係る自己評価及び主務大臣による評価				
中期目標	中期計画	主な評価指標等	法人の業務実績・自己評価	
			業務実績	自己評価
<p>3. 業務運営の効率化に関する事項</p> <p>(3) 関係機関との連携強化</p> <p>オールジャパンによる訪日プロモーションを実施するため、在外公館をはじめとする関係省庁・政府関係法人、インバウンドへの取組を強化する地方公共団体、日本ブランドを海外展開する経済界との連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制を構築する。</p>	<p>2. 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</p> <p>(3) 関係機関との連携強化</p> <p>オールジャパンによる訪日プロモーションを実施するため、在外公館をはじめとする関係省庁・政府関係法人、インバウンドへの取組を強化する地方公共団体、日本ブランドを海外展開する経済界との連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制を構築す</p>	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 在外公館をはじめとする関係省庁・政府関係法人、地方公共団体、経済界との連携を強化しているか。</p>	<p><主要な業務実績> 以下の取組を通じて在外公館を始めとする関係省庁・政府関係法人、地方公共団体、経済界との連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制の構築を図った。</p> <p>【在外公館等との連携】 平成 27 年度以降、在外公館、関係省庁、海外現地の関係機関、自治体、経済団体、海外進出企業等が、海外においてオールジャパン体制で連携し、外国人観光客の誘致を図る在外公館等連携事業を実施した。</p> <p>平成 27 年度 26 件 平成 28 年度 22 件</p> <p>在外公館等連携事業の例： ・日本祭り参加、現地旅行会社招請（ブラジル・サンパウロ及び日本各地）在ブラジル日本国大使館等と連携（平成 27 年度及び平成 28 年度）</p> <p>【官民連携】 平成 27 年度以降、民間企業や団体等が有する海外ネットワーク、ブランド力、ノウハウ等を活用する事業アイデアを公募し、官民連携事業として事業化した。</p> <p>平成 27 年度 9 件 平成 28 年度 6 件</p>	<p><評定と根拠> 評定：B</p> <p>在外公館・他国政府観光局・関係機関・民間事業者等との連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制を構築し、各関係者の強みを生かした費用対効果の高い共同プロモーション等を実施した。</p> <p>平成 27 年度以降、毎年、20 件以上の在外公館等との連携事業を実施したほか、民間の持つブランド力やノウハウ・ネットワークを活用した官民連携事業の事業アイデアを公募し、民間企業等のアイデアを事業化した。</p> <p>さらに、インバウンド促進に資する協力関係構築のため、関係団体、他国政府観光局等と覚書、協定等を締結し、共同事業の実施やノウハウの共有を行った。</p>

	る。	<p>官民連携事業の例：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外の和食レストランネットワークを活用した訪日旅行促進事業（平成 27 年度） （株）ぐるなび等と連携し、中国、台湾、シンガポール市場で実施。 <p>【関係機関との連携協定等】 関係機関とインバウンド促進に資する連携体制構築のため、以下の覚書、協定等を締結し、各関係機関と事業連携等を実施した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「訪日外国人増加に向けた共同行動計画」（平成 25 年 6 月） 経済産業省、日本貿易振興機構、観光庁、機構の 4 者が策定 連携事業例： 観光・音楽・マンガの共同プロモーション「JAPAN WEEKEND」（平成 28 年度はマレーシア・クアラルンプール、平成 27 年度はタイ・バンコク） ・「日仏間観光協力に関する声明」（平成 25 年 6 月） 観光庁、フランス観光開発機構、機構の 3 者が調印 連携事業例： 共通のビジュアルを活用した交通広告の実施、及び両国の観光魅力を紹介するリーフレット発行 ・「双方向観光交流拡大及び地方観光活性化に関する包括連携協力協定」（平成 26 年 7 月） 日本観光振興協会、日本旅行業協会、機構の 3 者が締結 ・業務連携に関する覚書（平成 26 年 9 月） クールジャパン機構、機構の 2 者が締結 ・観光分野での相互協力を目的とした覚書（平成 26 年 9 月） 英国政府観光庁、機構の 2 者が締結 連携事業例：在英国日本国大使館にて日英観光シンポジウム開催（平成 26 年度） ・「日星外交関係樹立 50 周年における協力覚書」（平成 28 年 1 月） シンガポール政府観光局、機構の 2 者が締結 連携事業例：両国航空会社との共同訪日キャンペーン（平成 27 年度） ・「国際文化交流及び訪日旅行の促進に向けた相互連携に関する協定」（平成 28 年 5 月） 国際交流基金、機構の 2 者が締結 連携事業例：共同企画「日本語スタディ・ツアー」（平成 28 年度）9 カ国から 430 人の日本語を学ぶ中高生及び教師が来日し、日本各地で交流事業を実施。 <p>【事務所の共用化・近接化】 「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」（平成 25 年 12 月 24 日閣議決定）を踏</p>	<p>「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」（平成 25 年 12 月 24 日閣議決定）を踏まえ、事業連携の強化を図るため、関係機関の海外事務所と共用化・近接化を進めたほか、国際交流基金と機構の本部事務所共用化について平成 26 年度に工程表を作成し、工程表に基づき、平成 28 年 1 月に機構が移転することにより、国際交流基金と本部事務所の共用化を行った。平成 28 年度に国際交流基金と締結した相互連携に関する覚書に基づき、事業連携を図った結果、共同企画「日本語スタディ・ツアー」が実現し、9 カ国から約 430 人の日本語を学ぶ中高生及び教師が来日し、日本各地で交流事業を実施する等の顕著な成果を上げた。</p> <p>以上のことから、関係機関との連携強化について着実な取組状況にあり、目標水準を十分満たしているものと認められることから、自己評価評価はBとする。</p>
--	----	--	--

			<p>まえ、国際協力機構、国際交流基金、日本貿易振興機構の海外事務所と事業連携強化等を図るため、海外事務所の共用化・近接化を進めた。</p> <p>また、平成29年1月に機構の本部事務所が有楽町から四谷に移転することにより、国際交流基金の本部事務所との共用化を行った。</p>	
--	--	--	--	--

4. その他参考情報				

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

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

3. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間評価に係る自己評価及び主務大臣による評価				
中期目標	中期計画	主な評価指標等	法人の業務実績・自己評価	
			業務実績	自己評価
<p>3. 業務運営の効率化に関する事項</p> <p>(4) 内部統制の充実</p> <p>内部統制については、内部規程の整備、業務運営方針や組織・業務目標の明確化を行い、役職員による共有を図るとともに、定期的に業務実績や課題を整理し、外部有識者の意見も踏まえ、改善を行う。</p> <p>法令等について、職員等に対する周知を行い、機構全体の</p>	<p>2. 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</p> <p>(4) 内部統制の充実</p> <p>内部統制については、内部規程の整備、業務運営方針や組織・業務目標の明確化を行い、役職員による共有を図るとともに、定期的に業務実績や課題を整理し、外部有識者の意見も踏まえ、改善を行う。</p> <p>法令等について、職員等に対する周知を行い、機構全体の</p>	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 法令に対応した内部規程の整備や業務運営方針の明確化を行い、役職員への周知及びコンプライアンスの徹底を図っているか。 情報セキュリティ対策を着実に推進しているか。</p>	<p><主要な業務実績> 独立行政法人通則法の改正（平成 26 年 6 月改正、平成 27 年 4 月施行）及び平成 27 年から機構が訪日プロモーション事業の実施主体となったことを踏まえ、内部統制に必要な以下の取組を実施した。</p> <p>【内部規程等の整備・周知、研修】 独立行政法人通則法の改正（平成 26 年 6 月改正、平成 27 年 4 月施行）に対応し、平成 27 年 4 月に業務方法書の改正を行うとともに、内部統制の推進に関する規程、内部監査規程、情報セキュリティの確保に関する規程等を新たに施行し、役職員に周知した。</p> <p>コンプライアンスの遵守については、就業規則に明確に規定するとともに、内部統制の推進に関する規程にコンプライアンス違反事案発生時の報告と対応について規定した。平成 27 年度以降、毎年、本部及び海外事務所の職員を対象としたオンライン・コンプライアンス研修を実施し、コンプライアンスに対する意識の徹底を図った。</p> <p>法令、規程等については、制定・改正の都度、全役職員（海外事務所を含む）にメールで周知しているほか、海外事務所を含む役職員全員が常に閲覧・参照が可能な環境を整備している。</p> <p>【内部統制委員会の開催】 業務方法書及び内部統制の推進に関する規程に基づき、平成 27 年度以降、毎年度、内部統制委員会を開催し、各部門のリスクの認知と分析結果について審議し、リスクの評</p>	<p><評定と根拠> 評定：B</p> <p>独立行政法人通則法の改正（平成 26 年 6 月改正、平成 27 年 4 月施行）に伴い、平成 27 年度に業務方法書の改正を行うとともに、内部統制の推進に関する規程、内部監査規程、情報セキュリティの確保に関する規程等を新たに施行し、役職員に周知した。</p> <p>法令、規程等については、制定・改正の都度、全役職員（海外事務所を含む）にメールで周知しているほか、海外事務所を含む役職員全員が常に閲覧・参照が可能な環境を整備している。</p> <p>平成 27 年に機構が訪日プロモーション事業の実施主体となったことを踏まえ、新たな経営理念・行動指針を策定し、組織の目指す方向、果たすべき役割等を対外発表するとともに、同年度に経営理</p>

<p>職員のコンプライアンスの更なる徹底を図る。特に、訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業の実施に当たっては、広く機会の平等を担保するとともに、特定の企業への利益誘導にならないよう留意する。また、内部監査を行い、監査結果に基づくフォローアップを適切に行う。</p> <p>「国民を守る情報セキュリティ戦略」等の政府方針を踏まえ、適切な情報セキュリティ対策を推進する。</p>	<p>職員のコンプライアンスの更なる徹底を図る。特に、訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業の実施に当たっては、広く機会の平等を担保するとともに、特定の企業への利益誘導にならないよう留意する。また、内部監査を行い、監査結果に基づくフォローアップを適切に行う。</p> <p>「国民を守る情報セキュリティ戦略」等の政府方針を踏まえ、適切な情報セキュリティ対策を推進する。</p>		<p>価と低減に向けた必要な取組を検証した。</p> <p>【経営理念、業務運営方針等の明確化】（再掲） 平成 27 年度に新たな経営理念及び行動指針を策定し、同年度中に立ち上げた経営理念推進プロジェクトチームが中心となって、経営理念の認知浸透と行動指針の実践を促進する取組を行った。</p> <p>年度計画を踏まえ、各部署が果たすべき役割を定めた業務運営方針を策定し、組織内に周知し、明確化を図った。</p> <p>平成 27 年度以降、年度計画の実施状況を 4 半期ごとに集約し、理事会で報告することによりモニタリングを行い、年度計画達成のために必要な対策を講じた。</p> <p>【外部有識者会議の開催】 平成 27 年度に外部有識者により構成される経営アドバイザー委員会を新たに設置し、平成 27 年度以降、毎年度、経営アドバイザー委員会を開催した。内部統制を含む組織運営に関する専門的・実務的なアドバイスを受け、その内容を業務に反映していくこととした。</p> <p>平成 27 年度 第 1 回経営アドバイザー委員会 平成 28 年 3 月 3 日開催 平成 28 年度 第 2 回経営アドバイザー委員会 平成 29 年 3 月 6 日開催</p> <p>【訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業実施に当たっての留意】 訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業の実施に当たっては、広く機会の平等を担保するとともに、特定の企業への利益誘導にならないよう留意することを含めた「訪日旅行促進事業実施要領」を策定（平成 27 年 4 月）し、同要領に基づいて事業を実施した。</p> <p>【監事監査】 監事による以下の監査を毎年度行った。また、平成 27 年度以降は、監査室の専従職員が監査補助者として監査に加わり、監事監査業務体制を強化した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・決算監査 ・業務監査 ・保有個人情報の管理に関する監査 ・海外事務所現地監査 <p>平成 25 年度 ソウル事務所、シンガポール事務所（2 事務所） 平成 26 年度 ニューヨーク事務所、ロサンゼルス事務所、トロント事務所（3 事務所） 平成 27 年度 北京事務所、上海事務所、バンコク事務所、ジャカルタ事務所、香港事務所、シドニー事務所（6 事務所） 平成 28 年度 ソウル事務所、シンガポール事務所、ロンドン事務所、フランクフルト事務所、パリ事務所（5 事務所）</p>	<p>念推進プロジェクトチームを立ち上げ、組織内での浸透・実践促進を図る取組を実施した。</p> <p>訪日プロモーション事業の実施主体として適切、適正に業務を遂行するため、平成 27 年度に「訪日旅行促進事業実施要領」を策定し、特定の企業への利益誘導にならないよう留意する等、同要領に基づいて業務を実施した。</p> <p>また、平成 27 年度に監査室を新設し、監査室の専従職員による内部監査体制を強化した。</p> <p>平成 27 年度に新たに外部有識者会議を設置し、平成 27 年度以降、内部統制を含む、組織運営に関する専門的・実務的なアドバイスを受け、その内容を業務に反映した。</p> <p>平成 27 年度以降、毎年、本部及び海外事務所の職員を対象としたオンライン・コンプライアンス研修を実施し、コンプライアンスに対する意識の徹底を図った。</p> <p>「国民を守る情報セキュリティ戦略」（平成 22 年 5 月 11 日情報セキュリティ政策会議決定）等の政府方針を踏まえ、情報セキュリティに関し、研修や情報システム部門からの周知メール等を通じて役職員への注意喚起を促したほか、ネットワーク等における情報セキュリティ対策を実施した。平成 27 年度に新たに情報セキュリティ対策チームを設置し、情報セキュリティ事案への対応にかかる体制を強化した。</p> <p>以上のことから、内部統制の充実に關して着実な取組を行っており、目標水準</p>
---	---	--	--	--

			<p>【内部監査】 平成 26 年度に経営管理部職員による海外事務所の内部監査を行ったほか、平成 27 年度以降は、同年度に新設した監査室の専従職員が独立した立場で以下の監査を毎年度実施し、内部監査体制を強化した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本部監査 ・海外事務所内部監査 <p>平成 26 年度 北京事務所、上海事務所、バンコク事務所、シンガポール事務所 (4 事務所)</p> <p>平成 27 年度 ソウル事務所、シンガポール事務所、ロンドン事務所、 フランクフルト事務所 (4 事務所)</p> <p>平成 28 年度 ジャカルタ事務所、バンコク事務所、ニューヨーク事務所、 ロサンゼルス事務所、トロント事務所 (5 事務所)</p> <p>上記両監査における指摘事項を踏まえ、業務改善に取り組んだ。</p> <p>【情報セキュリティ対策の推進】 「国民を守る情報セキュリティ戦略」(平成 22 年 5 月 11 日情報セキュリティ政策会議決定)等の政府方針を踏まえ、研修や情報システム部門からの周知メール等を通じて従業員への注意喚起を促したほか、ネットワーク等における情報セキュリティ対策を実施した。平成 27 年度に新たに情報セキュリティ対策チームを設置し、情報セキュリティ事案への対応にかかる体制を強化した。</p>	<p>を十分満たしているとみられることから、自己評価評定はBとする。</p>
--	--	--	---	--

4. その他参考情報

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

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

3. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間評価に係る自己評価及び主務大臣による評価				
中期目標	中期計画	主な評価指標等	法人の業務実績・自己評価	
			業務実績	自己評価
<p>3. 業務運営の効率化に関する事項</p> <p>(5) 活動成果等の発信</p> <p>国民への説明責任の徹底及び各事業の必要性・効率性等の評価に資する観点から、マーケティング情報や事業・活動の成果物等の公表の充実を図るとともに、保有資料・データの公開やホームページの内容の充実を図ること等により、情報発信を積極的に推進する。</p>	<p>2. 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</p> <p>(5) 戦略的な情報発信</p> <p>機構の取組や業務成果を幅広く発信し、各事業の必要性・効率性等の評価に資するため、市場別プロモーション方針・事業計画概要、事業・活動の成果物等の公表の充</p>	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 機構の取組や業務成果を幅広く発信し、統計・マーケティングデータ等保有資料・データの公開やウェブサイトの内容の充実を図ること等により、情報公開・発信を積極的に推進しているか。</p>	<p><主要な業務実績> 情報公開・発信の積極的な推進のため、事業紹介、市場別訪日プロモーション方針、報道発表、各種マーケティングデータ、事業参加案内、事業パートナーからのニュース等の最新情報・資料等を日本語ウェブサイトに掲載し、情報発信内容の充実を図った。</p> <p>【ウェブサイトを通じた情報提供】</p> <ul style="list-style-type: none"> 市場別訪日プロモーション方針（年1回） 訪日外国人旅行者数等の統計発表（毎月） 市場別動向トピックス（毎月） <拡充> 掲載市場数は、平成24年度13市場から平成28年度19市場へ拡充。 『訪日旅行データハンドブック（世界主要20市場）』の掲載 <新規> 平成27年度に初めて作成・掲載、平成28年度は全面的に内容を更新し、掲載。 『訪日外国人旅行者の消費動向とニーズについて』調査結果の掲載 <新規> 平成28年度に初めて地域における外国人旅行者による消費拡大に関する調査結果を掲載。 <p>上記の取組等の結果、日本語ウェブサイトのアクセス数は平成24年度の630万ページビューから、平成28年度の2,402万ページビューへと5年間で281.3%増となった。</p> <p>日本語ウェブサイトアクセス数： 平成24年度 630万ページビュー 平成25年度 976万ページビュー 平成26年度 1,657万ページビュー</p>	<p><評定と根拠> 評定：A</p> <p>機構の取組や業務成果を幅広く発信するため、国内広報の取組を強化し、ウェブサイト等を通じて、事業方針、事業計画、個別の事業実施予定、統計・マーケティングデータ等を随時更新するとともに、新規情報・資料の掲載に努めた。</p> <p>定量的には、日本語ウェブサイトアクセス数が5年間で281.3%増、報道発表件数が5年間で141.9%増、記事・番組等で機構が取り上げられた報道件数が4年間で73.3%増となり、情報発信の強化が図られた。</p> <p>以上のことから、戦略的な情報発信において定性的、定量的にも大きな成果が得られていることから、自己評価評定はAとする。</p>

	<p>実を図るとともに、統計・マーケティングデータ等保有資料・データの公開やウェブサイトの内容の充実を図ること等により、情報公開・発信を積極的に推進する。</p>	<p>平成 27 年度 2,236 万ページビュー 平成 28 年度 2,402 万ページビュー（平成 24 年度比 281.3%増）</p> <p>国内広報の取組】 機構の業務に対する国民の認識・理解を高めるため、国内広報に重点的に取り組み、報道資料の発表に加え、テレビ・一般紙・旅行業界紙誌のインタビューへの対応、最新のマーケット動向や機構の活動状況について役職員による講演・寄稿等を積極的に実施した。</p> <p>上記の取組等の結果、報道発表件数は、平成 24 年度の 31 件から平成 28 年度の 75 件へと、5 年間で 141.9%増となり、機構が記事・番組で取り上げられた報道件数は、平成 25 年の 1,709 件から平成 28 年度の 2,961 件へと、4 年間で 73.3%増となった。</p> <p>報道発表件数： （平成 24 年度 31 件） 平成 25 年度 41 件 平成 26 年度 51 件 平成 27 年度 71 件 平成 28 年度 75 件（平成 24 年度比 141.9%増）</p> <p>記事・番組等で機構が取り上げられた報道件数： 平成 25 年度 1,709 件 平成 26 年度 2,181 件 平成 27 年度 3,174 件 平成 28 年度 2,961 件（平成 25 年度比 73.3%増）</p>	
--	---	--	--

4. その他参考情報

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

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

3. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間評価に係る自己評価及び主務大臣による評価				
中期目標	中期計画	主な評価指標等	法人の業務実績・自己評価	
			業務実績	自己評価
<p>4. 財務内容の改善に関する事項</p> <p>事業パートナーに対する質の高いサービスの提供や連携の拡大、新たな事業パートナーの開拓等により、自己収入の拡大に向けた取組を行う。</p> <p>毎年の運営費交付金額の算定については、運営費交付金債務残高の発生状況にも留意した上で、厳格に行う。</p>	<p>3. 予算、収支計画及び資金計画</p> <p>海外事務所を活用した市場動向の情報提供、個別相談会の開催等事業パートナー等を対象とする事業等の強化・拡大やビジット・ジャパン事業の実施に当たっての支援、国際会議の誘致・開催の支援等を通じて、事業パートナーとの連携を強化し、顧客満足度を高めることにより、地方自治体、民間事業者等からの賛助金・会費等の維持・増加に努めるとともに、賛助団体・会員</p>	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 地方公共団体、民間事業者等からの賛助金・会費等の維持・増加に努め、賛助団体・会員等の増加による収入の増加を図っているか。</p> <p>機構のノウハウを活かした受託業務等にも積極的に取り組み、収入増を図っているか。</p>	<p><主要な業務実績> 以下の取組等を通じて、自己収入拡大に努めた。</p> <p>【賛助団体・会員】 本部及び各海外事務所を挙げて賛助団体・会員の増加に取り組み、賛助団体・会員数は、平成 24 年度の 309 団体から平成 28 年度の過去最多 551 団体へと増え、5 年間で 1.8 倍となった。</p> <p>賛助団体・会員数： (H24 309 団体 うち会員 146 団体) H25 343 団体 うち会員 171 団体 H26 402 団体 うち会員 216 団体 H27 497 団体 うち会員 267 団体 H28 551 団体 うち会員 308 団体 (平成 24 年度比 1.8 倍)</p> <p>賛助団体・会員を主な対象として、インバウンド旅行振興フォーラムを毎年開催し、機構の各海外事務所長等との個別相談を実施した。インバウンド旅行振興フォーラムでは、賛助団体・会員による企業紹介ブース (BtoB デスク) の設置、会員主催ランチョンセミナーのプログラム等を通じて、賛助団体・会員同士の情報交換・ビジネスマッチングの促進を図る等、事業パートナーのニーズに対応し、顧客満足度を高めた。</p> <p>【機構のノウハウを活かした受託業務】</p>	<p><評定と根拠> 評定：B</p> <p>・事業パートナーの顧客満足度を高め、各地の地方公共団体、観光業界以外の業種も含め、広く賛助団体・会員拡大による自己収入の確保を進め、平成 28 年度の賛助団体・会員数は過去最多の 551 団体 (平成 24 年度比 1.8 倍) となり、賛助金・会費収入の拡大につながった。</p> <p>機構のノウハウを活かした受託業務にも積極的に取り組み、ウェブサイトを活用したウェブマガジン記事広告事業により、地方の観光魅力、民間企業の外国人観光客向けサービスや商品等を特集した情報発信を行い、平成 28 年度は 78 百万円 (平成 24 年度年比 4.1 倍) の収入をあげた。</p> <p>その他、海外プロモーションに関する有料コンサルティング、外国人旅行者向</p>

	<p>等の増加による収入の増加を図る。また、機構のノウハウを活かした受託業務等にも積極的に取り組み、収入増を図る。</p>	<p>機構の訪日外国人誘致に関するノウハウを活かした受託業務に積極的に取り組み、収入増を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ウェブを活用した収益事業の推進 機構の多言語ウェブサイトのマンスリーウェブマガジン有料記事広告掲載サービスにより、地方公共団体や民間事業者から記事制作・掲載を請け負った。同サービスを開始した平成24年度の10枠（19百万円）から、平成28年度は過去最高となる41枠（78百万円）へと5年間で本事業による収入は4.1倍となった。 <p>ウェブマガジン記事広告枠数及び収入： （平成24年度 10枠 19百万円 ※ウェブマガジン記事広告開始初年度） 平成25年度 11枠 22百万円 平成26年度 17枠 31百万円 平成27年度 33枠 65百万円 平成28年度 41枠 78百万円（平成24年度比4.1倍）</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域の海外プロモーションに関する有料コンサルティング 平成25年度から新たな取組として海外プロモーションコンサルティング事業を立ち上げ、地域の海外プロモーションに関する有料コンサルティングを開始した。 <p>地域の海外プロモーションに関する有料コンサルティング件数及び収入： 平成25年度 2件 0.9百万円 平成26年度 2件 2.8百万円 平成27年度 1件 2.5百万円 平成28年度 3件 20.9百万円</p> <p>寄附金等収入及び事業収入の合計： 平成25年度 計画額539百万円 実績額446百万円 平成26年度 計画額545百万円 実績額536百万円 平成27年度 計画額584百万円 実績額652百万円 平成28年度 計画額590百万円 実績額688百万円（平成25年比1.5倍）</p>	<p>け英文地図の有償販売等にも取り組み、自己収入の拡大及び多様化に努めた。</p> <p>上記の取組等の結果、寄附金等収入及び事業収入の合計は、平成25年度の446百万円から、平成28年度は688百万円へと1.5倍の収入増を実現しており、目標水準を満たしていると思われることから、自己評価評定はBとする。</p>
--	---	---	---

4. その他参考情報

--

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

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

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

4. その他参考情報

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

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

3. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間評価に係る自己評価及び主務大臣による評価					
中期目標	中期計画	主な評価指標等	法人の業務実績・自己評価		
			業務実績		自己評価
—	5. 重要な財産を譲渡し、又は担保にする計画 なし	<主な定量的指標> — <その他の指標> — <評価の視点> —	<主要な業務実績> 該当なし		<評定と根拠> 評定：— <課題と対応> —

4. その他参考情報

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

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

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

4. その他参考情報

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

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

3. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間評価に係る自己評価及び主務大臣による評価				
中期目標	中期計画	主な評価指標等	法人の業務実績・自己評価	
			業務実績	自己評価
—	<p>7. その他主務省令で定める業務運営に関する事項</p> <p>(1) 人事に関する計画</p> <p>上記目標の達成に向けて、効率的かつ効果的な業務運営を行うための人材確保、人材育成を着実に実施する。</p> <p>プロパー職員を中核とした体制を構築するため、語学を始めとする専門能力をもった職員の採用・育成に努め、プロパー職員が機構の中核として担うべき役割を的確に果たすことのでき</p>	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 効率的かつ効果的な業務運営を行うための人員体制を強化すべく、人材確保、人材育成を着実に実施しているか。 給与水準については、国家公務員の給与水準も考慮し、給与水準の適正化に取り組んでいるか。</p>	<p><主要な業務実績></p> <p>【効果的かつ効率的な業務運営を行うための人材確保】 プロパー職員を中核とした体制を強化するため、国内外で各種事業・事務に従事する総合職職員として、新卒採用、及び業務経験を有した者を中途採用し、体制整備を行った。</p> <p>常勤職員数：(各年度末時点) (平成 24 年度 89 人) 平成 25 年度 89 人 平成 26 年度 93 人 平成 27 年度 106 人 平成 28 年度 126 人</p> <p>【人事評価の実施と適材適所の人事配置】 全職員を対象とした人事評価制度により、能力評価及び業績評価を区分し、各職員の能力及び業績を適切に評価し、その結果を昇給・昇格及び勤勉手当支給の処遇に反映した。また人事配置にあつては、個々職員の志向、能力、適性から、職務経験も加味した上で、専門分野を見極め、当該専門性の維持等に配慮した人事運用を行った。</p> <p>海外事務所の現地採用職員についても人事評価を行い、成績が優秀な者には特別手当を支給する等処遇に反映させた。さらに、平成 27 年度は、訪日プロモーション事業の執行機関化に伴い、職責・業務内容が高度化する職員の処遇改善を行ったほか、全海外事務所において現地職員を増員した(1 事務所は前年度に前倒し実施)。</p>	<p><評定と根拠></p> <p>評定：B</p> <p>上記目標の達成に向けて、また平成 27 年に訪日プロモーション事業の実施主体となったことに対応し、効率的かつ効果的な業務運営を行うため、人材確保、人材育成を着実に実施した。</p> <p>プロパー職員を中核とした体制を構築するため、新卒採用・中途採用を実施し、体制整備を図るとともに、業務遂行に必要な知識・スキルを習得する機会を拡充すべく、目的・テーマ別研修等を実施し、職員の能力開発・向上を図った。</p> <p>全職員を対象とした人事評価制度を運用し、各職員の能力及び業績を評価し、その結果を処遇に反映した。またキャリア形成に配慮した人事配置を行い、個々職員の志向、能力、適性から、職務経験も加味した上で、専門性の維持等に配慮</p>

	<p>る体制を構築する。また、プロパー職員の育成とあわせて外部からの有能な人材の登用を行う。</p> <p>職員個々の能力と実績に基づいた適切な人事評価を実施し、適材適所の人事配置を行う。現地採用職員についても、事務所所在国の人事・労務に係る法令・慣行に配慮しつつ、可能な限り人事評価を実施する。</p> <p>本部採用職員に対しては、海外事務所勤務を含め様々な業務を経験できるようキャリア形成に配慮した人事異動を行い、OJTや内外の研修等も活用し、職員の意欲向上と能力開発を図る。また、現地採用職員に対しては、その能力・意欲に合わせた処遇の改善を行い、業務への取組意欲の向上を図るとともに、一層の活用を進める。</p> <p>給与水準については、国家公務員の給与水準も十分に考慮し、引き続き手当を含め役職員給与の在り方について検証した上で、これを維持する合理的理由がない場合には給与水準の適正化に取り組むとともに</p>		<p>【職員の意欲の向上と能力開発】</p> <p>・職員表彰 職員の積極的な創意工夫を促し、業務実績と意欲の向上に資することを目的として、平成25年度に職員表彰制度を整備し、平成26年度以降、毎年、顕著な功績のあった職員（現地職員含む）及びチームを表彰した。</p> <p>職員表彰件数： 平成26年度 3件（うちチーム2件） 7人 平成27年度 2件（うちチーム1件） 7人 平成28年度 5件（うちチーム3件） 20人</p> <p>平成28年度の表彰事例（チーム表彰）： 「日星国交樹立50周年を契機とした双方向観光交流の推進等」シンガポール事務所及び本部関係者10人</p> <p>・研修 職員の能力開発・向上を支援するため、海外事務所へ赴任する者を対象とした赴任者研修等、各種研修を実施した。また、平成28年度に初めて海外事務所の現地採用職員を対象とした本部研修を実施した。</p> <p>研修事例： 平成25年度 マーケティング研修、旅行業界研修、中間管理職研修、人事評価者研修 平成26年度 職種・職階別の会計研修（9回） 平成27年度 内部監査研修、職種・職階別の会計研修（4回） 平成28年度 情報セキュリティ対策等Eラーニング(2回)、現地採用職員本部研修</p> <p>【給与水準の適正化等】 役職員の給与については、総人件費を適正に管理するとともに、国に準じた適正な給与水準の維持を図り、毎年、役職員の報酬・給与等の支給水準及び支給状況等について公表した。</p> <p>職員に関しては、人事評価制度による厳正な人事評価を行い、評価結果を職員の昇給等の処遇に反映させた。ラスパイレス指数（国家公務員と比較した給与水準）は、地域と学歴を勘案した国家公務員との比較で、毎年、100未満となった。</p> <p>ラスパイレス指数： 平成25年度 94.7 平成26年度 93.8 平成27年度 96.8 平成28年度 93.7</p>	<p>した人事運用を行った。</p> <p>海外事務所の現地採用職員についても人事評価を行い、成績が優秀な者には処遇に反映させた。</p> <p>平成26年度から、職員顕彰制度により、毎年、顕著な功績のあった職員を表彰し、職員の業務実績と意欲の向上・改善を図った。</p> <p>総人件費を適切に管理するとともに、役職員の給与について適正な水準の維持を図り、ラスパイレス指数（国家公務員と比較した給与水準）は、地域と学歴を勘案した比較で、毎年、100を下回った。</p> <p>以上のことから、人事に関する計画を着実に実行しており、目標水準を満たしていると思われることから、自己評価評定はBとする。</p>
--	---	--	---	---

	に、その検証結果や取組状況を公表する。また、総人件費については、政府における総人件費削減の取組を踏まえ、厳しく見直す。			
--	---	--	--	--

4. その他参考情報

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

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

3. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間評価に係る自己評価及び主務大臣による評価				
中期目標	中期計画	主な評価指標等	法人の業務実績・自己評価	
			業務実績	自己評価
—	<p>7. その他主務省令で定める業務運営に関する事項</p> <p>(2) 独立行政法人国際観光振興機構法（平成14年法律第181号）第10条第1項に規定する積立金の使途</p> <p>前中期目標期間の最終事業年度において、独立行政法人通則法第44条の処理を行った後の積立金に相当する金額のうち主務大臣の承認を受けた金額について、前中期目標期間終了までに自己収入財源で取得し、今中期目標期</p>	<p><主な定量的指標></p> <p>—</p> <p><その他の指標></p> <p>—</p> <p><評価の視点></p> <p>—</p>	<p><主要な業務実績></p> <p>前中期目標期間繰越積立金 63,086 円については、自己収入財源で取得し、当期中期目標期間に繰り越した固定資産の減価償却費等に要する費用に 30,212 円を充当し、前中期目標期間繰越積立金の残高は 32,874 円となった。</p>	<p><評定と根拠></p> <p>評定：—</p>

		間に繰り越した固定資産の減価償却に要する費用等に充当する。			
--	--	-------------------------------	--	--	--

4. その他参考情報					

【別紙】 ①～③

中期計画の予算等（平成25年度～平成29年度）【一般勘定】

予算

(単位：百万円)

区 分	計画額	25年度 (実績額)	26年度 (実績額)	27年度 (実績額)	28年度 (実績額)	29年度 (予算額)	平成25～28年度 実績額合計 (29年度は予算額)
<収入>							
運営費交付金	26,879	1,837	5,628	10,726	12,537	8,820	39,549
寄附金等収入	1,482	304	340	283	306	295	1,528
事業収入	1,371	141	196	370	382	324	1,413
事業外収入	68	14	22	42	16	8	102
計	29,800	2,297	6,186	11,421	13,242	9,448	42,593
<支出>							
業務経費	19,603	739	717	7,346	9,390	6,739	24,932
受託等経費	1,937	182	247	347	375	373	1,524
人件費	6,754	1,039	1,210	1,405	1,538	2,000	7,192
一般管理費	1,505	244	258	292	647	335	1,776
計	29,800	2,204	2,433	9,390	11,950	9,448	35,424

※単位未満四捨五入のため、計が一致しない場合がある。

中期計画の予算等（平成25年度～平成29年度）【交付金勘定】

予算

(単位：百万円)

区 分	計画額	25年度 (実績額)	26年度 (実績額)	27年度 (実績額)	28年度 (実績額)	29年度 (予算額)	平成25～28年度 実績額合計 (29年度は予算額)
<収入>							
寄附金収入	1,900	34	79	48	66	380	607
事業外収入	0	0	0	0	0	0	1
計	1,900	34	79	48	66	380	607
<支出>							
交付金事業経費	1,900	56	69	61	53	380	619
計	1,900	56	69	61	53	380	619

※単位未満四捨五入のため、計が一致しない場合がある。

中期計画の予算等（平成25年度～平成29年度）【一般勘定】

収支計画

(単位：百万円)

区 分	計画額	25年度 (実績額)	26年度 (実績額)	27年度 (実績額)	28年度 (実績額)	29年度 (予算額)	平成25～28年度 実績額合計 (29年度は予算額)
<費用の部>							
経常費用	29,837	2,220	2,442	9,376	11,800	9,455	35,294
業務経費	19,603	740	724	7,325	9,358	6,740	24,887
受託経費	1,937	181	239	345	380	373	1,519
一般管理費	8,232	1,281	1,463	1,693	1,997	2,335	8,770
減価償却費	64	18	15	14	65	8	119
臨時損失	-	0	1	9	1	-	12
雑損	-	1	-	-	-	-	1
当期利益金	-	7	2	30	191	-	230
計	29,837	2,228	2,445	9,415	11,992	9,455	35,536
<収益の部>							
運営費交付金収益	26,851	1,754	1,864	8,700	11,378	8,820	32,516
国際観光振興事業収入	2,853	443	553	627	555	619	2,798
資産見返負債戻入	64	18	16	22	16	8	80
事業外収益	68	6	12	66	41	8	134
臨時利益	-	1	-	-	1	-	2
前中期目標期間繰越積立金取崩額	0	6	0	0	0	0	6
計	29,837	2,228	2,445	9,415	11,992	9,455	35,536

※単位未満四捨五入のため、計が一致しない場合がある。

中期計画の予算等（平成25年度～平成29年度）【交付金勘定】

収支計画		(単位：百万円)					
区 分	計画額	25年度 (実績額)	26年度 (実績額)	27年度 (実績額)	28年度 (実績額)	29年度 (予算額)	平成25～28年度 実績額合計 (29年度は予算額)
<費用の部>							
経常費用	1,900	56	70	61	53	380	620
交付金事業経費	1,900	56	70	61	53	380	620
当期利益金 (▲当期損失金)	-	▲ 11	▲ 11	▲ 4	11	-	▲ 15
計	1,900	45	59	57	63	380	605
<収益の部>							
寄附金収入	1,900	45	59	57	51	380	593
事業外収益	0	0	0	0	12	0	12
臨時利益	-	-	-	-	0	-	0
計	1,900	45	59	57	63	380	605

※単位未満四捨五入のため、計が一致しない場合がある。

中期計画の予算等（平成25年度～平成29年度）【一般勘定】

資金計画

(単位：百万円)

区 分	計画額	25年度 (実績額)	26年度 (実績額)	27年度 (実績額)	28年度 (実績額)	29年度 (予算額)	平成25～28年度 実績額合計 (29年度は予算額)
<資金支出>							
業務活動による支出	29,800	2,298	2,414	5,175	10,438	9,448	29,773
投資活動による支出	-	7	25	3,765	216	-	4,012
事業外支出	-	1,094	-	-	-	-	1,094
次期への繰越金	-	657	4,395	10,448	13,055	-	28,555
計	29,800	4,056	6,834	19,387	23,709	9,448	63,434
<資金収入>							
業務活動による収入	29,800	2,293	6,174	11,458	13,260	9,448	42,632
運営費交付金による収入	26,879	1,837	5,628	10,726	12,537	8,820	39,549
寄附金等収入	1,482	304	340	357	306	295	1,601
事業収入	1,371	150	196	318	389	324	1,377
事業外収入	68	2	9	57	29	8	104
投資活動による収入	-	1	4	3,534	1	-	3,540
前期からの繰越金	-	1,763	657	4,395	10,448	-	17,263
計	29,800	4,056	6,834	19,387	23,709	9,448	63,434

※単位未満四捨五入のため、計が一致しない場合がある。

中期計画の予算等（平成25年度～平成29年度）【交付金勘定】

資金計画

(単位：百万円)

区 分	計画額	25年度 (実績額)	26年度 (実績額)	27年度 (実績額)	28年度 (実績額)	29年度 (予算額)	平成25～28年度 実績額合計 (29年度は予算額)
<資金支出>							
業務活動による支出	1,900	56	70	61	53	380	620
次期への繰越金	-	62	72	58	72	-	264
計	1,900	118	141	120	125	380	884
<資金収入>							
業務活動による収入	1,900	34	79	48	66	380	607
寄附金収入	1,900	34	79	48	66	380	607
事業外収入	0	0	0	0	0	0	1
前期からの繰越金	-	84	62	72	58	-	276
計	1,900	118	141	120	125	380	884

※単位未満四捨五入のため、計が一致しない場合がある。