

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

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)	X1年度 H25年度	X2年度 H26年度	X3年度 H27年度	X4年度 H28年度	X5年度 H29年度		
個別 コンサル 件数 テイ ン グ	計画値	年間延べ 3,000件以上 実施(※)	—	1,272件 (※)	年間延べ 3,000件以上	年間延べ 3,000件以上	年間延べ 3,000件以上	年間延べ 3,000件以上		
	実績値	—	—	2,905件	2,863件					
	達成度	—	—	228.4%	95.4%					
機 構 か ら の 情 報 提 供 の 評 価	計画値	4段階評価で 上位2つの 評価を得る 割合が7割 (70%)以上	「役に立つ」と いう回答が平 均して7割 (70%)を上 回る	7割以上	7割以上	7割以上	7割以上	7割以上		
	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%					
	達成度	—	—	138.4%	139.0%					
									予算額(千円)	
									決算額(千円)	
									経常費用(千円)	
									経常利益(千円)	
									行政サービス実 施コスト(千円)	
									従事人員数	

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

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価								
	中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
					業務実績	自己評価	評価	
	<p>海外現地に常在する職員が長年にわたり構築・拡大を図ってきたネットワークや社会的ステイタス等海外事務所の機能を最大限活用し、変化の激しい市場動向をリアルタイムで把握・分析することにより、調査・研究を始めとするマーケティング業務を充実するとともに、その結果について事業パートナーを始めとする日本のインバウンド関係者と密接に情報共有を行う等、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図り、国内外におけるネットワークを形成・発展させる。また、これを基盤として、観光庁と共同で、市場ごとに海外の市場動向等の情報に基づく効率的・効果的な訪日プロモーション方針を策定・公表し、地方自治体や民間事業者が独自に取り組む事業・活動との連携を図りやすい環境を整えとともに、訪日プロモーション事業の実施主体として、オールジャパン体制で国としての日本の観光魅力を発信し、訪日に結びつける取組を強力に実施する。</p>	<p>海外事務所の海外現地におけるネットワークや社会的ステイタスを最大限に活用して、世界の主要な市場国・地域における一般消費者の旅行動向、ニーズ等のマーケティング情報をリアルタイムで収集し、市場別に分析を行う。また、その結果について、ウェブサイト、ニュースレター、出版物、セミナー、個別コンサルティング等の様々な方法を通じて、事業パートナー等へ提供することにより、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図る。</p> <p>数値目標 事業パートナーに対し、海外事務所員や本部職員による面談方式の個別コンサルティングを年間延べ3,000件以上実施し、インバウンド関係者の育成とインバウンドビジネスの活性化を目指す。</p> <p>事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p>	<p>海外事務所の海外現地におけるネットワークや社会的ステイタスを最大限に活用して、世界の主要な市場国・地域における一般消費者の旅行動向、ニーズ等のマーケティング情報をリアルタイムで収集し、市場別に分析を行う。また、その結果について、ウェブサイト、ニュースレター、出版物、セミナー、個別コンサルティング等の様々な方法を通じて、事業パートナー等へ提供することにより、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図る。平成25年度に整備したパートナー情報のデータベースを活用し、パートナーのニーズを組織的に把握・共有し、事業に反映させる。</p> <p>数値目標 事業パートナーに対し、海外事務所員や本部職員による面談方式の個別コンサルティングを年間延べ3,000件以上実施し、インバウンド関係者の育成とインバウンドビジネスの活性化を目指す。</p> <p>事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となること</p>	<p><主な定量的指標> 事業パートナーに対し、海外事務所員や本部職員による面談方式の個別コンサルティングを年間延べ3,000件以上実施し、インバウンド関係者の育成とインバウンドビジネスの活性化を目指す。</p> <p>事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 機構の海外事務所ネットワークを最大限に活用して、海外の訪日旅行市場動向の収集・調査・分析を行い、事業パートナー等がインバウンドビジネスの取組を行う上で有用な情報提供を行っているか。</p>	<p><主要な業務実績> 以下のような取組を通じて、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へ提供し、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>【市場情報提供の実施】 「インバウンド・フォーラム東北」開催（平成26年9月8日、仙台市） 「第12回JNTOインバウンド旅行振興フォーラム」開催（平成26年9月10日、東京） 「第13回JNTOインバウンド旅行振興フォーラム」開催（平成27年1月29日～30日、東京） 「日本の国際観光統計2013」発行（平成26年9月） 「JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック2015（アジア新興市場編）」発行（平成27年3月） 「JNTO ニュースフラッシュ」配信（通年、週刊）</p> <p>【地域観光資源の海外展開支援の実施】 地域観光資源の海外展開支援として、徳島県三好市及びひがし北海道地域の2地域をケーススタディとして選定し、それぞれのターゲット市場に向けた海外プロモーション展開における取組の底上げを支援した。また、受託事業として、栃木・南東北国際観光テーマ地区推進協議会からタイ市場向け観光モデルルート調査、福岡市から欧州市場におけるマーケティング戦略検討業務を実施した。</p>	<p><評定と根拠> 評定：A</p> <ul style="list-style-type: none"> 海外主要市場の最新情報に対する事業パートナー等の関心の高まりを反映し、インバウンド旅行振興フォーラムを年2回開催したことに加え、初めて地方でもインバウンド・フォーラムを開催するなど、機構の海外事務所が収集した情報提供の機会を大きく拡充した。 事業パートナー情報のデータベース化等を進め、事業パートナーから寄せられる情報を機構が運営するウェブサイトで発信するなど、事業パートナー同士の情報交換・交流を促進し、インバウンドビジネスの支援サービスにおける質的向上に取り組んだ。 数値目標である個別コンサルティングの実績は年間延べ2,863件となり、目標の3,000件をわずかに下回ったが、インバウンドフォーラム等による講演数の拡充（26件→33件）、及び自治体等が開催するセミナーへの講師派遣（64件→98件）等により、広く効率的に情報提供する機会を拡充したほか、新たに地域観光資源の海外展開支援を開始する等、多様な方法でコンサルティングの質の向上を図ることにより、情報提供ニーズに対応した。 事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位2つの評価を得た割合は約97.3%となり、目標である7割以上を大きく上回り、機構からの情報提供は高い満足度を得ている。 以上のことから、機構からの情報提供は、観光立国推進に向けたインバウンドビジネ 	<p>評定</p> <p>A</p> <p><評定に至った理由></p> <p><指摘事項、業務運営上の課題及び改善方策> (実績に対する課題及び改善方策など)</p> <p><その他事項> (有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど)</p>	

			<p>を目指す。</p>		<p>【地方との意見交換】 平成 26 年 7 月から 8 月にかけて、北海道、九州、四国のインバウンドに取り組む地方公共団体等 (23 団体) を個別に訪問し、インバウンドの取組状況や課題に関する意見交換を行った。</p> <p>【地方での個別相談会の開催】 各地方運輸局等と共催するマーケット研究会 (平成 26 年 9 月～10 月) に合わせて、地方連携ミニ個別相談会を 8 ヶ所で実施し、合計 76 件の個別相談を実施した。</p> <p>【パートナーのニーズの事業への反映】 平成 25 年度にデータベース化を行った事業パートナー情報を組織全体で活用し、事業パートナーのニーズを反映した事業を実施した。 (例) インバウンドに取り組む地方公共団体、民間事業者等の増加及びすそ野の広がりをふまえ、講演形式で海外市場の動向等を広く情報提供する機会を拡充するため、インバウンド旅行振興フォーラムを年に 2 回開催したほか、初めてインバウンド・フォーラム東北を東北の地元関係団体等と共催して開催した。インバウンド旅行振興フォーラムの講演では、主要各市場の最新動向に加え、「東京オリンピック・パラリンピック大会に向けた取組」や「中国人旅行者の購買動向にみるショッピングツーリズム」等、事業パートナーのニーズが高いトピックを講演テーマに取り入れ、合計 33 件の講演を実施した (平成 25 年度の講演数は 26 件)。 (例) 新興市場として事業パートナーの関心が特に高いマレーシア、インドネ</p>	<p>スの支援に確実に貢献し、また事業パートナー等から高く評価されていることをふまえ、自己評価評定は A とする。</p> <p><課題と対応> 平成 26 年度は、数値目標のひとつである個別コンサルティング件数が目標数値に達しなかったことをふまえ、機構から事業パートナーへの情報提供の質の向上・機会拡大を引き続き図りつつ、数値目標の達成を目指す。</p>	
--	--	--	--------------	--	---	--	--

				<p>シア、フィリピン、ベトナム、インドの5市場を取り上げた「訪日旅行誘致ハンドブック 2015」を平成26年3月に発行した。これらの市場からの訪日旅行者の誘致戦略を立案するうえで不可欠な各市場の最新動向、宣伝活動の手法、現地の旅行商品の流通構造等をまとめたもので、市場別に社会情勢等の基礎情報及び航空路線等の実用情報を網羅した。</p> <p><数値目標の達成状況></p> <p>【個別コンサルティングの件数】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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2,863件実施したが、目標である3,000件をわずかに下回った。 ・平成26年度の数値目標は、平成25年度の実績見込を踏まえて設定したものであるが、訪日外国人旅行者数が急増する東南アジア市場に関するコンサルティングニーズの集中等により目標の達成に至らなかったものである。 ・一方で、インバウンドフォーラム等による講演数拡充(26件→33件)、及び自治体等が開催するセミナーへの講師派遣(64件→98件)等、広く効率的に情報提供する機会を拡充したほか、新たに地域観光資源の海外展開支援を開始し、多様な方法で情報提供ニーズに対応した。 <p>【事業パートナーの満足度】</p> <p>事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位2つの評価を得た割合は約97.3%となり、目標である7割以上を大きく上回った。</p>	
--	--	--	--	--	--

4. その他参考情報

(予算と決算の差額分析、事務所別実績分析など、必要に応じて欄を設け記載)

平成 27 年 3 月に、今期中期目標及び中期計画（対象：平成 25 年度～29 年度の 5 年間）ならびに平成 26 年度計画の変更があり、一部数値目標も変更となった。

(※) 個別コンサルティング件数の数値目標： 変更前の中期計画では、中期目標期間中に年間延べ 1,500 件

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
1-1-2-1	訪日プロモーション業務 ②訪日外国人旅行者誘致のための業務 ア 多様なメディアを活用した日本の観光魅力の発信		
業務に関連する政策・施策		当該事業実施に係る根拠 (個別法条文など)	国際観光振興機構法 第9条 第1号
当該項目の重要度、難易度	重要度：高 （「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 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）、において、政府目標とされている2020年に訪日外国人旅行者数2000万人を目指すにあたって、本法人における日本の観光魅力の発信等の訪日プロモーション事業の効果的・効率的な執行が重要な役割を果たすものであるため）	関連する政策評価・行政事業レビュー	（政策評価表若しくは事前分析表又は行政事業レビューのレビューシートの番号を記載）

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)	X1年度 H25年度	X2年度 H26年度	X3年度 H27年度	X4年度 H28年度	X5年度 H29年度		X1年度	X2年度	X3年度	X4年度	X5年度
ウェブ サイト アクセス 数 (SNS 含む)	計画値	6.0億pv 【変更前】 中期計画	1億pv	3.42億pv	4.6億pv					予算額(千円)				
	実績値	—	3.27億pv	4.61億pv	10.55億pv					決算額(千円)				
	達成度	—	327.0%	134.8%	229.3%					経常費用(千円)				
参考… ウェブ サイト アクセス 数 (SNS 除く)	計画値	4.50億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					行政サービス実施コスト(千円)				
	達成度	—	—	—	—					従事人員数				
参考… SNS ファン 数	計画値	5,000,000人	—	—	—			5,000,000人						
	実績値	—	—	1,562,806人	3,222,133人									
	達成度	—	—	—	—									

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
海外現地に常在する職員が長年にわたり構築・拡大を図ってきたネットワークや社会的ステータス等海外事務所の機能を最大限活用し、変化の激しい市場動向をリアルタイムで把握・分析することにより、調査・研究を始めとするマーケティング業務を充実するとともに、その結果について事業パートナーを始めとする日本のインバウンド関係者と密接に情報共有を行う等、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図り、国内外におけるネットワークを形成・発展させる。また、これを基盤として、観光庁と共同で、市場ごとに海外の市場動向等の情報に基づく効率的・効果的な訪日プロモーション方針を策定・公表し、地方自治体や民間事業者が独自に取り組む事業・活動との連携を図りやすい環境を整えるとともに、訪日プロモーション事業の実施主体として、オールジャパン体制で国としての日本の観光魅力を発信し、訪日に結びつける取組を強力に実施する。	海外事務所の機能を最大限に活用し、海外の市場動向、競合国の活動事例や日本における成功事例等の情報を積極的・機動的に収集・分析することにより、マーケティングの高度化を図るとともに、その結果に基づき、観光庁と共同で効率的・効果的な訪日プロモーション方針を策定・公表し、日本の観光魅力の発信や訪日旅行商品の造成・販売支援等を推進する。また、訪日プロモーション事業の実施主体として、国内外におけるネットワークを形成・発展させ、関係者との連携を図ることによりオールジャパン体制を確立し、同事業を機動的・効果的に推進する。	海外事務所の機能を最大限に活用し、海外の市場動向、競合国の活動事例や日本における成功事例等の情報を積極的・機動的に収集・分析することにより、マーケティングの高度化を図るとともに、観光庁と共同で策定・公表する各市場別の訪日プロモーション方針・事業計画概要に基づき、観光庁と連携して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。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、訪日プロモーション事業を機動的・効果的に推進する。さらに、平成26年度補正予算による事業からは、機構が訪日プロモーション事業の実施主体として取組を開始する。 また、2020年東京オリンピック・パラリンピック大会に向けた戦略目標及び行動計画を策定し、関係者と連携しながら、その実現に向けた取組を開始する。		<p><主要な業務実績></p> <p>【海外の市場動向の収集・分析とマーケティングの高度化】</p> <p>機構の海外事務所のネットワークを活用して、月次で市場分析・将来予測のデータを「訪日外客数動向分析シート」としてとりまとめ、月例の観光庁・機構の連絡会議において情報共有を行うとともに、観光庁と共同で市場別の訪日プロモーション方針を策定・公表し、事業に反映させることにより、市場の動向を踏まえた効果的・機動的な事業実施を図った。</p> <p>また、JNTO インバウンド旅行振興フォーラム等の機会において、各市場におけるプロモーションの成功事例の事業パートナーへの紹介に努めた。</p> <p>【市場別訪日プロモーション方針・事業計画概要に基づく事業執行】</p> <p>訪日プロモーション事業の海外現地における事業の推進機関として、観光庁と連携して日本の観光魅力の発信や訪日旅行商品の造成・販売支援等を推進した。具体的には、地方公共団体や日本国内および海外現地の民間事業者等事業パートナーとの調整やアドバイスを行うほか、円滑かつ効果的なビジット・ジャパン事業の推進に貢献した。平成26年度補正予算事業では、機構が訪日プロモーション事業の実施主体として、年度内に合計52件の企画競争による調達を行った。</p>		<p>評定</p> <p>A</p> <p><評定に至った理由></p> <p><指摘事項、業務運営上の課題及び改善方策></p> <p>(実績に対する課題及び改善方策など)</p> <p><その他事項></p> <p>(有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど)</p>	

			<p>(平成 26 年度補正予算により調達を実施した事業例)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アジアからの旅行会社招請・商談会実施事業 ・欧州潜在市場におけるオンライン媒体等メディア活用による広告宣伝事業 <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海外現地における事業実施の推進機関として、在外公館を始めとする関係省庁・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等との国内外におけるネットワークの形成や発展に努め、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機動的・効果的に推進した。</p> <p>(国内外の関係者と連携した事業実施例)</p> <p>平成 26 年 11 月、タイの首都バンコクを代表する高級ショッピングセンターである「サイアム・パラゴン」において、訪日個人旅行に特化した旅行フェア「第 6 回 Visit Japan FIT Travel Fair / Winter 2014」を開催した。日本から地方公共団体、鉄道、宿泊施設など 16 団体が参加し、3 万 8 千人の来場者に訪日観光の魅力をアピールした。同会場において、タイの主要旅行会社 11 社及び航空会社 1 社が個人旅行向けの旅行商品の販売等を行った結果、3,252 人が訪日旅行商品を購入した。「J POP Signature</p>	
--	--	--	--	--

				<p>in Bangkok 2014」(JETRO と一般財団法人音楽産業・文化振興財団 (PROMIC) が実施)・「J Series Festival」(国際ドラマフェスティバル in TOKYO 実行委員会が実施)と共に開催することにより『JAPAN WEEKEND』と称し、オールジャパン体制で事業を展開した。</p> <p>【2020 年東京オリンピック・パラリンピック大会に向けた戦略目標及び行動計画を策定】</p> <p>平成 26 年 1 月に機構内に 2020 年オリンピック・パラリンピック東京大会対策室を設置し、同大会に向けた機構の戦略目標及び行動計画を策定した。戦略目標として、日本の魅力を最大限に訴求するプロモーション展開、海外メディア対策、MICE 誘致、受入体制等の強化を掲げ、戦略目標を達成するための具体的な行動計画を基に、関係者と連携しながら 2020 年東京オリンピック・パラリンピック大会に向けた取組を開始した。</p>		
	<p><u>ア 多様なメディアを活用した日本の観光魅力の発信</u></p> <p>各市場のターゲット・セグメントに対する日本の観光魅力の発信に当たっては、様々な媒体(ウェブサイト、テレビ、新聞・雑誌等)を効果的に組み合わせることで相乗効果を上げるよう努力する。</p> <p>特に、ウェブサイトはプロモーションだけでなく、</p>	<p><u>ア 多様なメディアを活用した日本の観光魅力の発信</u></p> <p>各市場のターゲット・セグメントに対する日本の観光魅力の発信に当たっては、様々な媒体(ウェブサイト、テレビ、新聞・雑誌等)を効果的に組み合わせることで相乗効果を上げるよう努力する。</p> <p>特に、ウェブサイトはプロモーションだけでなく、</p>	<p><主な定量的指標></p> <p>機構のウェブサイトのアクセス数を4億6,000万ページビューにする。</p> <p><その他の指標></p> <p>なし</p> <p><評価の視点></p> <p>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</p>	<p><u>ア 多様なメディアを活用した日本の観光魅力の発信</u></p> <p><主要な業務実績></p> <p>【媒体トレンドの変化やICTの技術革新を踏まえた情報発信】</p> <p>平成26年度は、新たにロシア版のFacebookページを開設し、平成25年度までに運用を開始した15市場(米国、カナダ、英国、フランス、ドイツ、タイ、インド、シンガポール、ベトナム、インドネシア、香港、台湾、韓国、豪州、グローバル)とあわせて16ヶ所の</p>	<p><評定と根拠></p> <p>評定：S</p> <p>・訪日旅行の主要各市場を対象とした16のFacebook等SNSページから、各市場の特性にあわせた日本の良質な観光情報をタイムリーに発信した。各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、ウェブサイト、テレビ、新聞・雑誌を活用した広告事業等との連動を図り、情報発信の相乗効果を発揮し</p>	

	<p>重要なマーケティング手段としても位置づけ、媒体トレンドの変化やICTの技術革新を踏まえながら各種ソーシャルメディアの活用を図るとともに、一般消費者、旅行会社、メディア等に向けて、良質の情報を効率的に提供する。</p> <p>また、機構のウェブサイトにおいて、訪日外国人旅行者や海外の送客旅行会社等の対象に応じた情報コンテンツの充実や機能の改善を行う。</p> <p>海外メディアを通じた情報発信に当たっては、海外の有力なメディア（在日外国人メディアを含む。）に対し、ウェブサイトやニュースレターによる日本観光情報の提供等を通じて日本特集記事の掲載等を働きかける。</p> <p>訪日取材に際しては、日本のインバウンド関係者のニーズや訪日旅行商品の造成・販売に連動した適切な取材対象の選定・アレンジ、取材経費の一部負担の支援等を行うことにより、訪日促進効果の高い記事の掲載を促すとともに、機構のウェブサイトへの誘引を働きかける。</p> <p>数値目標 中期目標期間中</p>	<p>重要なマーケティング手段としても位置づけ、媒体トレンドの変化やICTの技術革新を踏まえながら各種ソーシャルメディアの活用を図るとともに、一般消費者、旅行会社、メディア等に向けて、良質の情報を効率的に提供する。</p> <p>また、機構のウェブサイトにおいて、訪日外国人旅行者や海外の送客旅行会社等の対象に応じた情報コンテンツの充実や機能の改善を行う。</p> <p>平成26年度は、訪日需要喚起や旅行者支援に資する記事で構成したウェブマガジンを、動画素材も活用しつつ、引き続き主要4言語（英語、中文簡体、中文繁体、韓国語）で発行するとともに、新興・潜在市場でニーズの高い情報コンテンツの整備を進め、各市場で運用しているソーシャルネットワークサービスとも連携して情報発信力を強化する。また、スマートデバイス向けコンテンツについては、平成25年までに拡充した旅行者支援コンテンツの使いやすさの改善を進めるとともに、新たにPC版の訪日需要喚起コンテンツの移植に取り組み、訪日旅行者</p>	<p>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>Facebook ページからの情報発信を行った。ウェブサイト、テレビ、新聞・雑誌等の広告宣伝事業等とも積極的に連携した結果、平成27年3月末時点でのファン数は合計278万4,630人に達し、平成26年3月時点（128万4,000人）の2倍以上に達した。</p> <p>また、Facebook の利用が制限されている中国市場においては、主流ソーシャルメディアである「微博」をプロモーションに活用し、北京、上海事務所それぞれが「新浪微博」上の独自サイトを通じて日本の観光情報の発信を行った。微博のファン数も、平成27年3月末時点で合計43万7,503人に達し、平成26年3月時点（27万8,806人）から56.9%増となった。</p> <p>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り、一般消費者、旅行会社、メディア等に向けて、市場に応じたタイムリーな情報を日替わりで掲載するなど、良質の情報を効率的に提供した。</p> <p>【訪日需要喚起を促すためのウェブサイトへのアクセス増に向けた取組】 訪日旅行需要喚起を念頭に、英語、中国語簡体字、中国語繁体字（香港版・台湾版）、韓国語の5言語でマンスリーウェブマガジンを発行した。平成26年度は、日本の多様な自然景観や行祭事その他、平成26年6月に世界遺産に登録された富岡製糸場、平成26年10月に施行された新免税制度、平成27年3月に開</p>	<p>た。これらの取組の結果、機構が運営するSNSのファン数合計は平成25年度の156万人から平成26年度は322万人へと倍増した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・訪日旅行者等が関心を持つ多様なテーマを深掘りして特集するマンスリーウェブマガジン（5言語）での発行、免税店検索サイトを始めとする新規コンテンツ整備、スマートデバイス向け機能拡充など、ICT技術を活用した各種情報提供に積極的に取り組んだ結果、機構が運営するウェブサイトのアクセス数ははじめて10億ページを突破した。 ・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。 ・ムスリム旅行者が安心して訪日できるよう現地テレビ番組招請を通じて情報発信等を行い、急成長する東南アジア地域からの訪日旅行促進に貢献したほか、12ヶ国にのぼる欧州潜在市場において初めて大々的な広告キャンペーンを実施し、訪日旅行のイメージ発信・需要喚起を通じて新市場を開拓するなど、海外のメディアを戦略的に活用することで質の高い事業成果を上げた。 ・数値目標であるウェブサイトのアクセス数の達成状況（229.3%）、ならびに東南アジア諸国や欧州潜在市場における有力メディアの戦略的活用による情報発信等の質的成果を踏まえ、自 	
--	---	--	---	--	---	--

	<p>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>の情報収集面での利便性向上を図る。</p> <p>海外メディアを通じた情報発信に当たっては、海外の有力なメディア（在日外国人メディアを含む。）に対し、ウェブサイトやニュースレターによる日本観光情報の提供等を通して日本特集記事の掲載等を働きかける。</p> <p>訪日取材に際しては、日本のインバウンド関係者のニーズや訪日旅行商品の造成・販売に連動した適切な取材対象の選定・アレンジ、取材経費の一部負担の支援等を行うことにより、訪日促進効果の高い記事掲載を促すとともに、機構のウェブサイトへの誘引を働きかける。</p> <p>特に近年急成長を遂げている東南アジア諸国や、訪日旅行拡大の可能性のある欧州潜在市場についてはメディアを通じたPRが非常に有効であるため、これらの市場での取組を強化する。</p> <p>数値目標 機構のウェブサイトのアクセス数を4億6,000万ページビューにする。</p>		<p>業した北陸新幹線などの最新観光トピックス、盆栽や果物狩り体験、デパ地下、和食、日本酒などの新興・潜在市場でもニーズの高い様々なテーマの特集記事を、動画素材も活用しつつ68本掲載し、訪日旅行需要喚起を促した。</p> <p>さらに、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に関しては、免税店舗への外国人来訪を促進するため、観光庁と連携し、免税シンボルマークを活用する店舗を検索し、地図上及び店舗リストの表示が可能な英語サイトを機構サイト上に新たに開設した。</p> <p>また、世界的なスマートデバイスの利用者拡大を背景に、PCを含む情報端末の多様性に対応した閲覧を可能とする改修を実施する等、訪日旅行に関する情報収集の大幅な利便性向上を図った。</p> <p>【海外メディアを通じた情報発信】 主要な媒体の記者等の招請、取材を予定している記者の訪日取材協力（旅程策定、取材許可の申請、一部負担の支援等）、ニュースレター等による情報提供などの事業を以下の通り実施した結果、全体で1,505件のメディアへの露出（広告費換算額は約161億円）につながった。ゴールデンルート以外の地方の魅力発信にも積極的に取り組んだ。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外有力メディア関係者の訪日取材協力（実施件数：74件、記事掲載・番組放映件数：385件） ・海外事務所のニュース 	<p>己評価評定はSとする。</p> <p><課題と対応> 多様なメディアを活用し、海外現地目線による日本各地の良質な情報の発信を行う。特にウェブサイト为主要な情報発信手段かつマーケティングツールと位置付け、世界的なICT技術の進化に適時対応し、効果的・効率的な情報発信を行う。</p>	
--	--	---	--	---	--	--

				<p>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(実施件数：428件(ニュースレター類の発行件数のみ)、記事掲載・番組放映件数：876件)</p> <p>・ビジット・ジャパン事業での招請・取材協力(実施件数：143件、記事掲載・番組放映件数：244件)</p> <p>また、平成26年度は、成長著しい東南アジア諸国からのテレビ番組制作支援や、欧州潜在市場でのテレビCM放映等を通じて、現地外国人目線での情報発信を積極的に実施した。</p> <p>・ムスリム向けテレビ番組招請</p> <p>マレーシアの人気タレントが日本各地の観光魅力、体験型観光や食、お祈り場所等を自らが体験するムスリム旅行者向けマレーシアのテレビ番組の取材支援を行った。同番組はマレーシアにおいて平成26年9月から11月にかけて全12回(さらに再放送2回)放送され、延べ650万人のマレーシア人に訪日観光の魅力を紹介した。番組放送に合わせ、276回にわたる番組宣伝CM、271回にわたる訪日促進CMを放送し、番組視聴の誘引を図った。ムスリム層による訪日旅行のさらなる需要喚起に向け、ムスリム旅行者が安心して訪日旅行が実施できるよう情報発信を行った。</p> <p>・欧州潜在市場(12ヶ国)における広告事業</p> <p>欧州の潜在市場を対象に、これらの市場における訪日旅行に関する初め</p>		
--	--	--	--	---	--	--

				<p>での広告として、平成 26 年 4 月から 6 月にかけて、有力メディア（BBC World News、CNN、Euronews）を通じたテレビ CM の放映とオンラインバナーによる広告展開を行った。広告と連動して立ち上げた日本の観光情報を発信する特設サイトには広告期間中に 190 万人以上がアクセスするなど、欧州の潜在市場における日本の認知度向上に貢献した。また、旅行ガイドブック大手の Lonely Planet と共同で日本の魅力を紹介する映像を制作し、有力メディア（BBC World News、Euronews、National Geographic）を通じて平成 27 年 2 月から 3 月にかけて欧州潜在市場各国で、テレビ CM として放映した。撮影地は東京、京都に加え、奈良や北陸新幹線開業を契機として金沢等北陸地域を取り上げ、地方の魅力発信を図った。</p> <p>※ 欧州潜在市場： イスラエル、イタリア、オーストリア、オランダ、スウェーデン、スペイン、デンマーク、トルコ、ノルウェー、フィンランド、ベルギー、ポーランドの 12 ヶ国</p> <p><数値目標の達成状況> ・平成 26 年度の機構が運用するウェブサイトのアクセス数は、平成 25 年度実績から約 129% 増の 10 億 5,500 万ページビュー（うち、SNS ページのアクセス数は 3 億 57 万ページビュー、SNS ページ以外のアクセス数は 7 億 5,443 万ページビュー）と、はじめて 10 億ページ</p>		
--	--	--	--	---	--	--

				<p>を突破し、目標である 4 億 6,000 0 万ページビューを 2 倍以上、上回った (達成率 229.3%)。</p> <p>・実績が目標を大きく上回った主な要因として、SNS のファン総数が 1 年で 2 倍以上に増加し、それに伴いファンやその友人による投稿記事の閲覧数が飛躍的に伸びたことや、海外の多様なメディアを通じて、より詳しい訪日旅行情報を掲載している機構のウェブサイト誘引したことが挙げられる。</p>		
--	--	--	--	---	--	--

4. その他参考情報						
<p>平成 27 年 3 月に、今期中期目標及び中期計画 (対象：平成 25 年度～29 年度の 5 年間) ならびに平成 26 年度計画が変更され、一部数値目標も変更となった。</p> <p>(※) ウェブサイトアクセス数の数値目標： 変更前の中期計画では、中期目標期間中に 6 億ページビュー</p>						

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
1-1-2-2	訪日プロモーション業務 ②訪日外国人旅行者誘致のための業務 イ 訪日旅行商品の造成・販売支援		
業務に関連する政策・施策		当該事業実施に係る根拠 (個別法条文など)	国際観光振興機構法 第9条 第1号
当該項目の重要度、難易度	重要度：高 (「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 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)、において、政府目標とされている2020年に訪日外国人旅行者数2000万人を目指すにあたって、本法人における訪日旅行商品の造成・販売支援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	(政策評価表若しくは事前分析表又は行政事業レビューのレビューシートの番号を記載)

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)	X1年度 H25年度	X2年度 H26年度	X3年度 H27年度	X4年度 H28年度	X5年度 H29年度		X1年度	X2年度	X3年度	X4年度	X5年度
機構が支援した 訪日外国人 旅行者数	計画値	中期計画 【変更前】※	600,000人	650,000人	720,000人	—	—	—		予算額(千円)				
	実績値	—	648,723人	916,217人	1,460,267人	—	—	—		決算額(千円)				
	達成度	—	—	141.0%	202.8%	—	—	—		経常費用(千円)				
提供する商談 件数	計画値		—							経常利益(千円)				
	実績値	—		—						行政サービス実施コスト(千円)				
	達成度	—		—						従事人員数				

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

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価						
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価
				業務実績	自己評価	
	<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J T S (Japan Travel Specialist) 育成事業等により訪日旅行商品販売支援を行う。</p> <p>数値目標</p> <p>中期目標期間中、機構が提供する訪日旅行商品の販売・造成のための商談件数を、年</p>	<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、旅程等の提案や情報・販促素材等の提供、モデル的な訪日旅行商品の素材提供等による企画コンサルティングや、観光庁等と連携し、旅行博覧会や展示会等への参加、有力旅行会社キーパーソンの日本への招請、日本における商談会の開催等の支援を行う。一般消費者向けに日本の観光プロモーションをあわせて行う際には、地方自治体、民間事業者等と連携し、オールジャパン体制による効果的・効率的な事業展開を図る。</p> <p>また、現地旅行会社等のスタッフを対象とした研修・セミナーの実施、現地有力旅行会社との共同広告、訪日旅行販売担当のスキルアップを目的とするJ T S (Japan Travel Specialist) 育成事業等により訪日旅行商品販売支援を行う。</p> <p>数値目標</p> <p>機構が造成・販売支援を行った旅行商品により訪日し</p>	<p><主な定量的指標></p> <p>機構が造成・販売支援を行った旅行商品により訪日した外国人旅行者の数を72万人とする。</p> <p><その他の指標></p> <p>なし</p> <p><評価の視点></p> <p>海外において訪日旅行を取り扱う旅行会社等とのネットワークを通じ、訪日旅行商品の造成・販売促進を効果的・効率的に支援しているか。また、海外の旅行会社の多様なニーズに的確に答えられるよう、国内各地の地方公共団体・民間事業者等と連携し、オールジャパン体制で取り組んでいるか。</p>	<p>イ 訪日旅行商品の造成・販売支援</p> <p><主要な業務実績></p> <p>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、2014年に過去最高となった訪日外国人数の大幅な増加に貢献した。事業の実施にあたっては、首都圏空港の発着枠の増大、東南アジア諸国における査証緩和、訪日外国人を対象とした消費税免税対象の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>【旅行博覧会・展示会等への参加】</p> <p>ビジット・ジャパン事業の重点14市場に加え、フィリピン、ベトナム、インド、ロシア、欧州潜在市場(イタリア、スペイン等12ヶ国)等の主要な旅行博覧会・展示会に、観光庁、在外公館と連携して地方公共団体、民間事業者等と共同出展することによりオールジャパン体制による訪日旅行の認知度向上、需要喚起に貢献した。</p> <p>【有力旅行会社キーパーソンの日本への招請】</p> <p>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</p>	<p><評定と根拠></p> <p>評定：S</p> <p>・在外公館、地方自治体、民間事業者等と連携し、オールジャパン体制により効果的・効率的な訪日旅行商品の造成・販売支援を実施したことにより、機構が支援を行った旅行商品により訪日した外国人旅行者数は、数値目標の72万人を2倍以上上回る146万267人となり、2014年に過去最高を記録した訪日外国人旅行者数(1,341万人)の大幅な増加(29.4%増)に貢献した。</p> <p>・新たな日本の観光魅力を紹介する訪日旅行商品の造成・販売支援を目指し、特に訪日旅行のリピーターが多い東アジア市場等において、戦略的に国内目的地の分散化を促進するとともに、閑散期である冬の需要創出を実現する等、質的な事業成果を上げた。</p> <p>・数値目標の達成状況(達成率202.8%)、ならびに地方分散化や閑散期対策等の取組による質的な事業成果を踏まえ、自己評価評定はSとする。</p> <p><課題と対応></p> <p>平成27年度から機構が訪日プロモーション事業の執行機関となることをふまえ、機構がこれまでに蓄積してきた訪日旅行商品の造成・販売支援等のノウハウを最大限に活用し、地方公共団体・民間事業者等のインバウンドビジネスを促進</p>	

	<p>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>た外国人旅行者の数を72万人とする。</p>		<p>たツアーの新規開発やツアールート改善を促進した。平成26年度は、64件の招請事業を実施し、28ヶ国・地域より延べ792人が機構の支援により訪日視察を行った。</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>(例)</p> <ul style="list-style-type: none"> 台湾市場において、新たな日本の魅力を紹介する特色ある訪日ツアー造成企画コンテストを実施し、平成26年12月に19のツアーを表彰した。うち上位9本のツアーを造成・販売する台湾の旅行会社各社と平成27年1月から3月にかけてオンライン等による共同広告を行った。共同広告を行ったツアーのうち、那須の自然をテーマにしたツアー（茨城県内、那須、会津若松、東京）は、他の旅行会社から販売された分も含め合計4,359人の送客を実現し、地方ツアーのモデル例となった。 中国市場において、訪日中国人旅行者の地方への分散化を図るため、九州を重点デスティネーションとして中国現地の旅行会社との共同広告、地下鉄広告、冊子作成、ウェブによる情報発信等を行った(平成26年6月～平成27年3月)。共同広告を行った旅行会社による九州商品の販売実績は、41,080人(前年の5倍以上)となり、訪日中 	<p>する。海外の旅行会社等との商談機会の提供等を通じて国内関係者の取組を強力にサポートし、さらなるインバウンド需要の拡大を図る。</p>	
--	--	---------------------------	--	---	---	--

				<p>国人旅行者の九州旅行需要創出による地方分散の実現に貢献した。</p> <p>・香港市場において、1月から3月の閑散期の需要喚起対策としてオンライン旅行会社(OTA)及び香港-日本路線に就航する全 LCC との共同広告を実施し、航空座席販売数 2 万 3,000 件、ホテル予約数 3 万 5,800 件の事業成果があった(平成 26 年 12 月～平成 27 年 3 月)。同時期の訪日香港人数が対前年比 63.0%増となるなど閑散期の需要底上げに貢献した。</p> <p>【現地旅行会社への人材育成事業】 海外の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 116 件実施し、延べ 7,582 人が参加した。</p> <p>また、現地旅行会社の販売員等を対象に、訪日旅行商品の知識及びコンサルティング能力向上を目的として、中国、香港、豪州、米国、英国、ドイツ、カナダにおいて、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運営し、新規で 4,840 人(累計 28,773 人)が参加し、2,326 人を新たに訪日旅行専門家: JTS (Japan Travel Specialist) に認定した。(累計認定者数 17,244 人)</p> <p><数値目標の達成状況> ・平成 26 年度に機構が造成・販売支援を行った旅行商品により訪日した外国人旅行者の数は、目標の 72 万人を大きく上回</p>	
--	--	--	--	--	--

				<p>り、過去最高の 146 万 267 人（達成率 202.8%）となった。</p> <p>・実績が目標を大きく上回った主な要因としては、東南アジア諸国の査証緩和、格安航空会社の新規就航、消費税免税制度の拡充施策等と連動した年間を通じての造成・販売支援や、旅行博覧会・展示会での時機をとらえた需要喚起が奏功したことが挙げられる。</p>	
--	--	--	--	---	--

4. その他参考情報

平成 27 年 3 月に、今期中期目標及び中期計画（対象：平成 25 年度～29 年度の 5 年間）ならびに平成 26 年度計画が変更され、一部数値目標も変更となった。

（※）機構が造成・販売支援を行った旅行商品により訪日した外国人旅行者数： 変更前の中期計画では、中期目標期間中に 90 万人

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
1-2-1	国内受入体制整備支援業務 ①観光案内所の整備支援業務		
業務に関連する政策・施策		当該事業実施に係る根拠 (個別法条文など)	国際観光振興機構法 第9条 第1号
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	(政策評価表若しくは事前分析表又は行政事業レビューのレビューシートの番号を記載)

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)	X1年度 H25年度	X2年度 H26年度	X3年度 H27年度	X4年度 H28年度	X5年度 H29年度		X1年度	X2年度	X3年度	X4年度	X5年度
情報提供の 評価	計画値	4段階評価で 上位2つの 評価を得る 割合が7割 (70%)以上	—	7割以上	7割以上	7割以上	7割以上	7割以上		予算額(千円)				
	実績値	—	—	95.2%	95.3%					決算額(千円)				
	達成度	—	—	136.0%	136.1%					経常費用(千円)				
情報提供 件数	計画値	対面・電話 60,000件 ウェブ 350,000件 (※)	—	63,000件 (※)	164,000件 (※)	—	—	対面・電話 60,000件 ウェブ 350,000件		経常利益(千円)				
	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	—	—	—		行政サービス 実施コスト(千円)				
	達成度	—	—	265.1%	165.1%	—	—	—		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. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	A
訪日外国人旅行者の利便性・満足度を向上させるため、国内における受入環境整備として、外国人観光案内所の認定・支援を行い、案内所の更なる質の向上・質の担保を図る。支援の実施に当たっては、認定案内所からの評価を定量的に把握し、相当程度の評価を得るものとする。機構が運営するツーリスト・インフォメーション・センター（以下「TIC」という。）については、機構がこれまでに培ってきたネットワークや手法に基づき、民間のノウハウを取り入れた効果的な運営を行うとともに案内所支援業務の中核として全国の案内所との連携を強化する。運営にあたっては、ウェブを活用した情報提供コンテンツを創設するとともに、TICにおいて対面、電話又はウェブによって情報提供を行う機会を増加させる。また、立地や他の外国人観光案内所との連携方法等を含め、現行の在り方を利用者視点に立って見直す。	訪日外国人旅行者の国内受入環境整備を推進するため、外国人観光案内所の認定・支援を行い、ボランティアガイドの活用も視野に入れつつ、外国人観光案内所の更なる質の向上・質の担保を図る。支援の実施に当たっては、外国人旅行者の動向や認定案内所のニーズを踏まえ、支援の充実を図ることとする。ツーリスト・インフォメーション・センター（以下「TIC」という。）については、機構がこれまでに培ってきたネットワークや手法に基づき、民間のノウハウを取り入れた効果的な運営を行うとともに、案内所支援業務の中核として全国の案内所との連携を強化する。運営に当たっては、ウェブを活用した情報提供コンテンツを創設するとともに、海外事務所等を通じたTICの広報の強化を行い、対面、電話又はウェブによって情報提供を行う機会を増加させる。また、立地や他の外国人観光案内所との連携方法等を含め、現行の在り方を利用者視点に立って見直	訪日外国人旅行者の国内受入環境整備を推進するため、外国人観光案内所の認定・支援を行い、ボランティアガイドの活用も視野に入れつつ、外国人観光案内所のネットワーク拡大や更なる質の向上・質の担保を図る。平成26年度は、引き続き認定観光案内所実態調査や研修会を実施するほか、平成25年度に運用を開始した認定観光案内所専用サイトを活用し、先進的な取組事例や参考情報・資料を共有することを通じて、外国人旅行者へ提供するサービスの質の向上を図る。支援の実施に当たっては、外国人旅行者の動向や認定観光案内所のニーズを踏まえ、支援の充実を図ることとする。さらに、地方公共団体等に新たな観光案内所の申請を働きかけるとともに、主要空港・ターミナル駅等に所在する認定観光案内所に上位の категорияへの移行を働きかけ、外国人案内所のネットワークの拡大に努める。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	<p><主な定量的指標> 外国人観光案内所に対する調査において、機構からの支援サービスの評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。 TICによる情報提供件数を16万4,000件とする。</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 外国人旅行者が円滑に国内を旅行できるよう、外国人旅行者に対する観光情報等の提供が効果的・効率的に行われているか。 外国人観光案内所の認定制度を通じた全国的案内所ネットワークの拡大、及び案内所が提供するサービスの質の向上・質の担保が図られているか。 機構による外国人旅行者への情報提供に関し、旅行者の情報収集手段・ニーズをふまえ、情報提供の機会を増やしているか。</p>	<p><主要な業務実績> 【全国の外国人観光案内所のネットワーク強化】 観光庁が定めた「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月策定、平成26年8月改定）に基づき、163ヶ所の案内所の新規認定等の結果、平成26年度末は528ヶ所となった。平成25年度末の366ヶ所から約1.5倍の規模となり、認定案内所のネットワークが大きく拡大した。また、19ヶ所の案内所について上位カテゴリーへの変更を認定するとともに、以下の取組を通じて、外国人観光案内所の更なる質の向上・質の担保を図った。 ・全国の「道の駅」63ヶ所を新たに認定 全国32道府県に所在する合計63ヶ所の道の駅を平成27年3月に新たに外国人観光案内所として認定し、ドライブを楽しむ外国人観光客等、さまざまな旅行スタイルに対応した受入体制の整備が進んだ。 ・認定案内所実態調査の実施 東北、関東、近畿、中国・四国及び九州の認定案内所計62ヶ所の実態調査を行い、案内業務の状況を点検するとともに、その場で指導・助言を行った。 ・認定観光案内所向け情報発信 平成25年度に立ち上げた認定案内所専用ウェブサイトを活用し、TICの案内事例や受入に関わる法令等について情報を発信するとともに、全国</p>	<p><評定と根拠> 評定：A ・平成26年8月に改定された外国人観光案内所の認定制度（観光庁策定）を引き続き適切に運用し、全国的な外国人観光案内所ネットワークの量的拡大と質的向上に努めた。認定案内所数は、前年度の366ヶ所から528ヶ所となり、ネットワークが大きく拡大している。また、認定済みの案内所の質の向上に資するコンサルティングにも注力し、19ヶ所の案内所が上位カテゴリーに認定された。 ・認定案内所専用ウェブサイトの拡充、ブロック別研修会（11月：札幌市、12月：名古屋市）の開催等の取組を進め、参考情報や資料の共有、ネットワークに資する基盤整備により、認定案内所が提供するサービスの質の向上を着実に支援した。 ・TICに関して、全国的な外国人観光案内所ネットワークの中核たる総合外国人観光案内所として、情報提供コンテンツの一層の拡充を行う等、外国人旅行者に提供するサービスの質の向上に努めた。また、その在り方について検討を重ねた。 ・大規模災害等発生時の外国人旅行者等への情報提供環境を整備するため、震度6以上（東京23区内は震度5強以上）の地震発生時に、TICにおける緊急時電話対応を24時間可能とする整備を行った。</p>	<p>評定</p> <p><評定に至った理由></p> <p><指摘事項、業務運営上の課題及び改善方策> （実績に対する課題及び改善方策など）</p> <p><その他事項> （有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど）</p>	A

	<p>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、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>については、機構がこれまでに培ってきたネットワークや手法に基づき、民間のノウハウを取り入れた効果的な運営を行うとともに、案内所支援業務の中核として全国の案内所との連携を強化する。具体的にはTICと空港、鉄道駅等の交通拠点に存在する認定観光案内所との相互案内に取り組む。また、ウェブを活用した情報提供コンテンツの更なる拡充を図るとともに、海外事務所等を通じたTICの広報の強化を行い、対面、電話又はウェブによって情報提供を行う機会を増加させる。また、立地や他の外国人観光案内所との連携方法等を含め、現行の在り方を利用者視点に立って見直す。さらに、大規模災害等発生時の情報提供環境を整備する必要性に鑑み、震度6以上(東京23区内は震度5強以上)の地震発生時にTICにおける緊急時の電話対応時間の24時間化を行う。</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</p>		<p>の自治体や認定案内所から外国語のバス時刻表やイベント情報等を収集し、共有した。また、案内業務に役立つ情報をまとめたメールマガジン「ビジット・ジャパン案内所通信」を、認定案内所やその運営主体に計24回配信した。</p> <p>・認定案内所研修の実施 地方・地域単位のブロック別研修会を北海道地方(平成26年11月、札幌市、12名参加)及び中部地方(平成26年12月、名古屋市、30名参加)において地方運輸局と共同で開催した。また、全国の認定案内所を対象とした研修会を開催した。(平成27年2月、東京、2日間のべ294名参加)</p> <p>【ツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)による取組】 以下の取組を通じて、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> <p>・認定案内所への支援サービスの提供 認定案内所に対して電話による多言語(英・中・韓)通訳サービスや電話およびメールでの問合せサービスを提供し、認定案内所のリード役としての機能を果たした。</p> <p>・ウェブを活用した情報提供コンテンツの拡充 平成26年10月に改正された訪日外国人旅行者等への消費税免税販売制度や免税店に関わる情報のほか、訪日外国人旅行者から質問の多いWi-Fi、ATM、防災関連情報を発信・共有した。</p> <p>・民間のノウハウを取り入れた運営 TICの運営を受託する民間事業者がTIC利用者</p>	<p>・認定案内所研修会におけるアンケートの結果、数値目標の7割を大きく上回る回答者の95.6%が「役立った」と評価した。また、TICによる情報提供件数においても、目標値の16万4,000件を大きく上回る27万829件(165.1%)となった。</p> <p>・以上のことから目標を上回る実績を挙げていることを踏まえ、自己評価評定はAとする。</p> <p><課題と対応> 情報提供件数は、全体として目標値を大きく上回っているが、その内訳をみると、ウェブによる情報提供件数が飛躍的に伸びている一方、対面・電話による情報提供件数は前年度実績を下回った。ITを活用して情報収集を行う訪日外国人が増大する中、TICの立地や他の外国人観光案内所との連携手法等を含め、利用者視点に立った検討を進める。また、ICTが伸長する状況を踏まえたうえで、外国人旅行者の情報収集手段の把握に努め、効果的・効率的な手法等により情報提供を行う。</p>	
--	---	---	--	--	---	--

		<p>目指す。 TICによる情報提供件数を16万4,000件とする。</p>		<p>に着物、習字等の文化体験を無料提供し、ネットのロコミ等を通じて来訪者が増え、TICの利用促進につながった。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・TICの広報強化 <ul style="list-style-type: none"> 定期的な連絡会の開催、共同でのチラシの作成・配布等を通じて、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するとともに、相互送客を図った。また、海外事務所を通じて各種メディアを通じたTICの広報強化を行った。 ・認定案内所の在り方に関する検討会の継続 <ul style="list-style-type: none"> 平成25年度に事業連携推進部内に設置した「認定案内所の在り方に関する検討会」を通じて、立地や他の認定観光案内所との連携方法等を含めて、TICの今後のあり方についての検討を行った。 ・大規模災害等発生時の緊急時の電話対応24時間化 <ul style="list-style-type: none"> 震度6以上（東京23区内は震度5強以上）の地震発生時にTICにおける電話対応時間の24時間化を平成26年6月から可能とした。 <p><数値目標の達成状況> 【外国人観光案内所の満足度】 外国人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は95.3%となり、目標である7割以上を大きく上回った。</p> <p>【TICによる情報提供件数】 ・平成26年度のTICによる情報提供件数は、27</p>		
--	--	--	--	--	--	--

				<p>万 829 件（うち対面・電話による情報提供件数：4 万 1,263 件、ウェブによる情報提供件数：22 万 9,566 件）となり、目標値の 16 万 4,000 件を大きく上回った。</p> <p>・実績が目標を大きく上回ったのは、ウェブによる情報提供件数が想定以上（前年比 190.5%増）の伸びを示したことによるもので、ウェブコンテンツの情報拡充による利用者数及び利用数の増加のほか、国内の各認定外国人観光案内所による機構成作成情報の活用が進んだこと等がダウンロード件数の増加に寄与した。</p>	
--	--	--	--	---	--

4. その他参考情報

平成 27 年 3 月に、今期中期目標及び中期計画（対象：平成 25 年度～29 年度の 5 年間）ならびに平成 26 年度計画が変更され、一部数値目標も変更となった。

（※）情報提供件数の数値目標： 変更前の中期計画では、中期計画期間中に情報提供件数を年間 12 万件

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
1-2-2	国内受入体制整備支援業務 ②通訳案内士試験業務		
業務に関連する政策・施策		当該事業実施に係る根拠 (個別法条文など)	国際観光振興機構法 第9条 第3号 通訳案内士法 第11条
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	(政策評価表若しくは事前分析表又は行政事業レビューのレビューシートの番号を記載)

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)	X1年度 H25年度	X2年度 H26年度	X3年度 H27年度	X4年度 H28年度	X5年度 H29年度		X1年度	X2年度	X3年度	X4年度	X5年度
業務経費の 収支	計画値	収支を償う	—	収支を償う	収支を償う					予算額（千円）				
	実績値	—	△15,857千円	△18,715 千円	8,697 千円					決算額（千円）				
	達成度	—	—	未達成	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					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 47.06%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. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価						
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価
				業務実績	自己評価	
<p>通訳案内士試験の代行業務については、通訳案内士試験の受験手数料収入で試験業務経費を償うことができず赤字化している現状を踏まえ、その原因を分析した上で、受験者数の予測を行い、試験実施方法の見直し等による試験事務の更なる効率化を実施し、あわせて、受験者数の増大を図ることにより、可能な限り早期に、本試験事務の収支が償う状態とする。</p>	<p>通訳案内士法に基づき、通訳案内士試験の実施に関する事務を行う。通訳案内士試験の受験手数料収入で試験業務経費を償うことができず赤字化している現状を踏まえ、その原因を分析した上で、受験者数の予測を行い、会場費の削減等試験実施方法の見直し等による試験事務の更なる効率化を実施し、あわせて、広報強化等により受験者数の増大を図ることにより、本試験事務の収支が償う状態とする。</p>	<p>通訳案内士法に基づき、通訳案内士試験の実施に関する事務を行う。通訳案内士試験の受験手数料収入で試験業務経費を償うことができず赤字化している現状を踏まえ、その原因を分析した上で、受験者数の予測を行い、試験実施方法等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、本試験事務の収支の改善に取り組む。具体的には、筆記試験の免除対象とした民間の検定試験の実施団体等との連携やソーシャルメディア等の活用による広報・周知の強化を通じて受験者の増大を図りつつ、準会場設置の働きかけを行い、受験者の増大及び経費の削減に取り組むとともに、機構が実施する試験業務の在り方について検討を進める。</p>	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 国家試験である通訳案内士試験の事務を代行するにあたり、公正性を担保し、確実・適切に運営しているか。試験事務代行業務のさらなる効率化、受験者数増加策を講じること等により、受験手数料で試験事務の経費が償えるよう、必要な改善・取組が行われているか。</p>	<p><主要な業務実績> 「通訳案内士試験ガイドライン」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。また、以下の取組を通じて、試験実施方法等の見直し等による試験事務の更なる効率化と広報強化等による受験者増を図った。</p> <p>【試験事務の効率化】 平成 25 年度に引き続き、東京における試験実施会場の統合による運営の効率化、及び語学試験のマークシート方式採用に伴う、問題作成業務、採点業務の効率化を行った。</p> <p>【広報・周知の強化】 昨年度までの取組に加えて、平成 26 年度は新たに以下の取組を行った。 ・昨年度導入された他機関による検定試験の高得点者を対象とした筆記試験の免除に加え、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する英語の筆記試験の免除に関し、TOEIC ホームページにおいて大きく掲載されたほか、TOEIC メールマガジンでも取り上げられた。最終的に、2,243 人が TOEIC の高得点取得者免除制度を利用して出願するなど、全体の出願者増加につながったものと考えられる。 ・試験実施の公表時期を 3 週間前倒しして周知を開始し、前広な広報を行った。 ・通訳案内士試験公式</p>	<p><評定と根拠> 評定：B</p> <p>・「通訳案内士試験ガイドライン」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>・試験業務の効率化を進めるとともに、準会場の設置拡大、筆記試験の免除制度の周知や広報強化等の取組により、受験者数の大幅な増加（前年比 47.1%増）を実現した。受験者数の増加及び受験手数料の改定により収支が改善し、平成 26 年度は黒字を達成した。</p> <p>・本業務における最大の課題である収支を償うことの実現、また、広報強化等による大幅な受験者数の増加をふまえ、自己評価評定は B とする。</p> <p><課題と対応> 本業務に関しては、受験手数料収入と試験業務経費の収支を償うことが最大の課題であったが、平成 26 年度はこれを達成することができた。平成 27 年度以降も黒字を維持できるよう、試験事務の品質を担保しつつ、事務効率化と受験者数の増加を図る取組を継続する。</p>	<p>評定</p> <p>A</p> <p><評定に至った理由></p> <p><指摘事項、業務運営上の課題及び改善方策> (実績に対する課題及び改善方策など)</p> <p><その他事項> (有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど)</p>

			<p>Facebookにおいて、継続的にインバウンドの状況や通訳案内士に関する記事を投稿したほか、独自取材記事を掲載するなど、内容を工夫し、ファン数増加を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・外国語大学主催による通訳案内士試験に関する説明会への講師派遣を行った。 <p>上記の取組に加え、平成25年度に新たに導入した準会場（一定数の受験者確保を条件に学校等に設置する会場）制度の活用を図り、平成26年度は、準会場8ヶ所（平成25年度は3ヶ所）で合計75人（平成25年度は57人）が受験した。</p> <p>観光庁が主催する「通訳案内士制度のあり方に関する検討会」（平成26年度は7回開催）に参加し、機構における試験業務のあり方に関する検討の参考とした。</p> <p>結果として、平成26年度の出願者数は延べ8,140人（前年比47.1%増）、受験手数料収入は9,525万円（前年から4,710万円増）となったのに対し、試験業務経費は8,655万円となり、収支は870万円の黒字となった。平成21年度以降赤字が続いていたが、6年ぶりに収支が償えた。出願者数は、平成19年度から減少を続けていたが、平成26年度は対前年比約5割増の大幅な増加となった。</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			
1-3	国際会議等の誘致・開催支援業務		
業務に関連する政策・施策		当該事業実施に係る根拠（個別法条文など）	独立行政法人国際観光振興機構法 第9条 第7号 国際会議等の誘致の促進及び開催の円滑化等による国際観光の振興に関する法律
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	（政策評価表若しくは事前分析表又は行政事業レビューのレビューシートの番号を記載）

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)	X1年度 H25年度	X2年度 H26年度	X3年度 H27年度	X4年度 H28年度	X5年度 H29年度		X1年度	X2年度	X3年度	X4年度	X5年度
誘致に成功した国際会議等 への外国人参加者予定数	計画値	中期目標期間中に年間102,000人【変更前中期計画】(※)	—	82,700人	87,300人	—	—	—						
	実績値	—	—	92,128人	103,528人	—	—	—						
	達成度	—	—	111.4%	118.6%	—	—	—						

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

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	A
我が国のMICE (Meeting, Incentive Travel, Convention, Exhibition/ Event の総称) 分野の国際競争力を強化するため、海外においては各種MICE関連団体等との国際ネットワークの充実を図るとともに、世界のMICE市場の動向及び競合する都市や団体による誘致活動に関する情報の収集力を強化し、今後の市場トレンドの分析や課題の整理・解決に向けた取組を実施する。また、大学・産業界等国内主催者との一層の関係強化・支援強化に取り組むとともに、国内外において新規案件を発掘する機能を拡大する。これらを始めとした各種マーケティング活動の強化を通じて、従来からのMICE誘致・開催支援業務を強化するとともに、地方自治体、コンベンションビューロー等の誘致主体のマーケティング戦略の高度化と戦略に基づく誘致活動の着実な実施に向けた支援を行う。これらの取組を基礎に、MICEの誘致・開催促進事業の実施主体として、また、我が国のナショナルコンベンシ	国際会議等の誘致支援業務 我が国のナショナルコンベンションビューローとしてのマーケティング機能を強化し、市場分析、誘致対象のターゲットング、ポジショニング等を踏まえた誘致戦略を策定する。関係者のニーズを的確に反映しつつ、従来からのMICE (Meeting, Incentive Travel, Convention, Exhibition/ Event の総称) 誘致・開催支援業務を一層充実するとともに、都市・コンベンションビューローの強化のためのコンサルティング機能の拡充を図ることで、我が国のMICE誘致主体のマーケティング戦略の高度化とその着実な実施に対する支援を行う。また、ICCA (International Congress and Convention Association) を始めとする国際的なMICE関連団体の活動への積極的な参画等による国際ネットワークの充実を図るとともに、海外における市場や会議主催者等の動向及び競合国・都市等の誘致活動に関する情報	(1)国際会議等の誘致支援業務 我が国のナショナルコンベンションビューローとしてのマーケティング機能を強化し、市場分析、誘致対象のターゲットング、ポジショニング等を踏まえた誘致戦略を策定する。関係者のニーズを的確に反映しつつ、従来からのMICE (Meeting, Incentive Travel, Convention, Exhibition/ Event の総称) 誘致・開催支援業務を一層充実するとともに、観光庁のグローバルMICE戦略都市及びグローバルMICE強化都市育成事業への支援を含め、都市・コンベンションビューローの強化のためのコンサルティング機能の拡充を図ることで、我が国のMICE誘致主体のマーケティング戦略の高度化とその着実な実施に対する支援を行う。また、ICCA (International Congress and Convention Association) を始めとする国際的なMICE関連団体の活動への積極的な参画等による国際ネットワークの	<p><主な定量的指標> 機構が誘致に成功した国際会議及びインセンティブ旅行への外国人参加者予定数を8万7,300人にする</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 「2030年にはアジア No. 1 の国際会議開催国として不動の地位を築く」ことに向け、国内外において着実な取組が行われているか。</p>	<p><主要な業務実績> ①国際会議等の誘致支援業務</p> <p>【マーケティング機能の強化と誘致支援業務の充実化】 以下の取組を通じて、我が国のナショナルコンベンションビューローとしてのマーケティング機能を強化し、都市・コンベンションビューローの誘致支援業務の充実化を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内最大級のビジット・ジャパン・トラベルマートと連動したMICEマートを観光庁と連携して初開催 ・国際会議統計の発行 ・コンベンションマーケティングレポートの発行(11回) ・セールスデータベースの活用による新規誘致案件の掘り起しの強化 ・グローバルMICE戦略都市及び強化都市への支援(MICE専門誌の記者招請等) ・国内各都市と連携した国際団体等の海外キーパーソングループ招請、及び個別招請 <p>【海外におけるネットワーク拡大、情報収集・分析の強化】 MICE専門見本市・商談会への参加、国際的MICE関連団体の活動への積極的な参画を通じて海外におけるネットワークを強化し、国内の誘致関係者への情報提供を行った。具体的な取組は以下の通り。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国際的なMICE見本市 	<p><評定と根拠> 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。 ・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、平成26年度中に31件の国際会議の誘致に成功した。うち開催規模が2,000人以上(日本人含む)の大型国際会議は8件(うち1件は6,000人規模)となり、重要な学術・産業界関係の国際会議等の日本開催決定を実現した。 ・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、国際団体のキーパーソンやインセンティブ旅行主催者等と合計1,882件の商談を実施した。 ・一方インセンティブ旅行については、東アジア、東南アジア等の有望市場に対する取組を強化し、平成26年度に新たにマレーシア及びインドネシアでのセミナーを開催するなど、積極的な誘致活動を展開した。その結果、世界各地から合計1,161件のインセンティブ旅行の誘致に成功した。 ・同時に国内においては、国際会議の開催支援業務と 	<p>評定</p> <p>A</p> <p><評定に至った理由></p> <p><指摘事項、業務運営上の課題及び改善方策> (実績に対する課題及び改善方策など)</p> <p><その他事項> (有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど)</p>	

<p>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>の収集・分析を強化し、国内の誘致関係者への情報提供を行う。また、国内においては有力な会議主催者等との関係強化や会議誘致への啓蒙活動の充実等により主催者への動機づけを行い、誘致・開催に向けた意欲を高める等、大学・産業界等との一層の関係強化を通じた新規案件発掘機能を拡大する。</p> <p>あわせて訪日インセンティブ旅行（企業報奨旅行）等の市場分析の強化を通じ、東南アジア、欧米豪等の有望市場からの誘致拡大を図る。</p> <p>これらの取組を基礎に、MICEの誘致・開催促進事業の実施主体として、また、我が国のナショナルコンベンションビューローとして、国際会議及びインセンティブ旅行（企業報奨旅行）等のMICE誘致についてさらなる深化を図る。</p> <p>なお、これらの取組に当たり、支援対象等の絞りこみ、効率的な実施に留意する。</p> <p style="text-align: center;">① <u>国際会議の開催支援業務</u></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</p>	<p>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、国内においてはアンバサダープログラムの有効活用を通じ有力な会議主催者等との関係強化や会議誘致への啓蒙活動の充実等により主催者への動機づけを行い、誘致・開催に向けた意欲を高める等、大学・産業界等との一層の関係強化を通じた新規案件発掘機能を拡大する。</p> <p>あわせて訪日インセンティブ旅行（企業報奨旅行）等の市場分析の強化を通じ、東南アジア、欧米豪等の有望市場からの誘致拡大を図る。更に日本の開催地としての魅力向上に資する観光庁のユニークベニューへの取組を支援する。</p> <p>さらに、平成26年度補正予算による事業からは、機構がMICEの誘致・開催促進事業の実施主体として取組を開始する。</p> <p>なお、これらの取組に当たり、支援対象等の絞りこみ、効率的な実施に留意する。</p> <p>具体的には、別</p>	<p>であるIT&CM（中国）、IMEX（ドイツ）、KME（韓国）、IMEXアメリカ（米国）、EIBTM（スペイン）、AIME（豪州）等に、国内各都市・コンベンション推進機関等とともに参加し、海外の国際会議・インセンティブ旅行主催者等と、1,882件の商談を実施。</p> <p>・ICCA（International Congress and Convention Association）総会、ASAE（American Society of Association Executives）総会、PCMA（Professional Convention Management Association）総会に参加。</p> <p>【国内誘致関係者への情報提供強化と新規案件発掘機能の拡大】</p> <p>以下の取組を通じて、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した。</p> <p>・国際会議誘致・開催貢献者の表彰</p> <p>・MICEアンバサダープログラムへの支援（アンバサダー候補者の推薦、アンバサダーの活動支援）</p> <p>・国際会議主催者セミナー（東京、名古屋、福岡）の充実化</p> <p>名古屋においては名古屋大学、福岡においては九州大学の関係者を対象に実施。地方の拠点大学との連携を強化。</p> <p>・国際会議開催マニユア</p>	<p>して、国際会議観光都市、コンベンション推進機関等を対象としたセミナー等を開催した。セミナー後のアンケートでは、7～8割の参加者が満足し、配布資料を基に、自都市での会員向けセミナーを実施するなどの結果を得ており、MICE産業を支える人材の育成に貢献した。</p> <p>・国内外における国際会議等の誘致活動及び開催支援・人材育成等の取組を通じ、機構が平成26年度に誘致に成功した国際会議とインセンティブ旅行を合わせた外国人参加者予定数は10万3,528人となり、数値目標である8万7,300人を約2割（118.6%）上回った。</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くなっている中、2014年の日本における国際会議開催件数は337件となり、アジア・大洋州／中近東地域で3年連続1位、世界総合ランキング第7位の堅持に貢献し、日本の学術・産業界に重要な大型国際会議等の誘致に成功するなど、初期の目標を上回る成果を上げていることから、自己評価評価はAとする。</p> <p><課題と対応></p> <p>平成27年度からMICE誘致・開催支援事業においても、機構が事業主体として執行機関となることから、海外の国際会議主催者等と国内コンベンション推進機関等との商談の場を多く提供し、オールジャパン体制でMICE誘致・開催支援に取り組む。</p> <p>平成26年度は、セミナー参加者アンケートによる参加者満足度が7～8割と</p>	
--	---	--	--	--	--

	<p>の提供、人材育成、寄附金募集・交付金交付制度の運営等の事業を実施する。</p> <p>数値目標 中期目標期間中、海外の国際会議・インセンティブ旅行主催者等と、機構、国内の地方公共団体及び民間事業者等との商談件数を年平均1,700件以上とする。</p> <p>商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p>	<p>添1の業務計画に基づき、業務を推進する。</p> <p>① 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 機構が誘致に成功した国際会議及びインセンティブ旅行への外国人参加者予定数を8万7,300人にする。</p>		<p>ルの刷新・配布、及びウェブサイトにおける公開・コンベンションサイトのリニューアル</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コンベンションニュースの発行（年5回、配信数各3,000） <p>上記の取組等の結果、平成26年度中に31件の国際会議の誘致に成功し、開催規模が2,000人以上（日本人含む）の大型会議8件（うち1件は7,000人規模）の開催が決まった。</p> <p>（例）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・シーグラフ・アジア 2015年神戸市で開催予定 参加者数6,000人規模（うち外国人1,000人）※シーグラフは、コンピューターグラフィックス等の分野の国際学術集会・展示会 ・アジア太平洋肝臓病学会 2016年東京で開催予定 参加者数4,500人規模（うち外国人3,000人） ・第8回アジア栄養士会議 2022年横浜市で開催予定 参加者数3,000人規模（うち外国人500人） <p>【訪日インセンティブ旅行の誘致拡大】</p> <p>以下の取組を通じて、訪日インセンティブ旅行の市場分析を強化し、東アジア市場に加えて、東南アジア、欧米豪等の有望市場からの誘致拡大を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・韓国、中国、タイ、マレーシア、シンガポール、インドネシアの旅行会社（計21社）を対象とした訪日視察旅行及び商談会の実施 ・台湾（台北）、韓国（ソウル、プサン）、タイ（バ 	<p>なっており、機構が開催する他のセミナー等の参加者満足度に比べ、満足度が低い傾向にある。次年度以降は、参加者ニーズのさらなる把握に努め、プログラム構成や講演内容を検討し、セミナー参加者がより高い満足度が得られるように工夫する。</p>	
--	--	--	--	---	---	--

				<p>ンコク)、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)、豪州(シドニー)におけるインセンティブセミナーの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・欧米で開催されるインセンティブ・ミーティング等の商談会に参加し、日本を開催地候補とする商談を行った。例：MEEDEX(4月、フランス)、Meeting Show UK(7月、英国)、Successful Meeting(3月、米国) <p>【ユニークベニュー開発】 観光庁とともに、国際会議のレセプション等、MICE イベント開催に適した施設に対し、利用開放意向調査・フォローアップを実施し、ベストプラクティス集の作成に協力した。</p> <p>【MICE の誘致・開催促進事業の実施主体としての取組の開始】 平成 26 年度補正予算から MICE の誘致・開催促進事業の実施主体として、MICE 見本市の出展、海外におけるインセンティブセミナー開催等の事業に関し海外事業者等と契約し、取組を開始した。</p> <p>【人材育成】 以下の取組を通じて MICE 産業を支える人材育成を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ MICE セミナー 初級者対象(平成 26 年 5 月、参加者数 67 人) ・ MICE セミナー 中級者対象(平成 26 年 8 月、参加者数 35 人) <p>【寄附金募集・交付金交付制度の運営等】 ・ 誘致が決定した国際会議の開催を支援するた</p>	
--	--	--	--	---	--

			<p>め、寄附金募集・交付金交付制度を運営した。平成 26 年度に寄附金募集の協力が決まった国際会議は 7 件、交付金を交付した国際会議は 8 件（交付額 54 百万円）であった。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国際会議主催者セミナーや会議主催者への個別コンサルティング等を通じて、会議運営ノウハウ事例の提供を行った。 <p><数値目標の達成状況> 機構が誘致に成功した国際会議への外国人参加者予定数は 1 万 8,620 人、一方インセンティブ旅行への外国人参加者予定数は 8 万 4,908 人で、両者を合わせた同予定数は 10 万 3,528 人（平成 25 年度 9 万 2,128 人、前年比 12.4%増）となり、平成 26 年度の目標である 8 万 7,300 人を大きく上回った。</p>	
--	--	--	---	--

4. その他参考情報

(※) 平成 27 年 3 月に、今期中期目標及び中期計画（対象：平成 25 年度～29 年度の 5 年間）ならびに平成 26 年度計画の変更があり、数値目標も変更となった。
機構が誘致に成功した国際会議及びインセンティブ旅行への外国人参加者予定数： 変更前の中期計画では、中期目標期間中に年間 102,000 人

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	難易度：高 平成25年12月の閣議決定により、機構が従来の観光庁に替わり、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以降、限られた期間において、海外契約を含めた契約手続きの整備に加え、契約執行や契約管理のための人員体制の強化や本部組織の再編等、組織運営面で数多くの準備作業や課題に取り組む必要があり、難易度は極めて高い。	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)	X1年度 H25	X2年度 H26	X3年度 H27	X4年度 H28	X5年度 H29	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」(平成25年12月24日閣議決定)、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」(平成26年6月17日観光立国推進閣僚会議決定)及び『日本再興戦略』改訂2014」(平成26年6月24日閣議決定)を踏まえ、訪日プロモーション事業の実施に当たり、海外事務所において市場のニーズに即応した迅速な意思決定を行えるよう、経営資源と権限の海外シフトを進める。このため、予算や人員等の経営資源を海外事務所に重点的に配分するとともに、海外事務所長の判断により、	「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」(平成25年12月24日閣議決定)、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」(平成26年6月17日観光立国推進閣僚会議決定)及び『日本再興戦略』改訂2014」(平成26年6月24日閣議決定)を踏まえ、訪日プロモーション事業の実施に当たり、海外事務所において市場のニーズに即応した迅速な意思決定を行えるよう、経営資源と権限の海外シフトを進める。このため、予算や人員等の経営資源を海外事務所に重点的に配分するとともに、海外事務所長の判断により	「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」(平成25年12月24日閣議決定)、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」(平成26年6月17日観光立国推進閣僚会議決定)及び『日本再興戦略』改訂2014」(平成26年6月24日閣議決定)を踏まえ、訪日プロモーション事業の実施に当たり、海外事務所において市場のニーズに即応した迅速な意思決定を行えるよう、経営資源と権限の海外シフトを進める。このため、予算や人員等の経営資源の海外事務所への重点的な配分及び海外事務所長の判断により柔	<主な定量的指標> なし <その他の指標> なし <評価の視点> 訪日プロモーション事業の実施に当たり、海外事務所において市場のニーズに即応した迅速な意思決定を行えるよう、予算や人員等の経営資源の重点的な配分を進めているか。 予算の適切な執行と契約に係る適正性等を確保するため、本部事務所及び海外事務所について、必要な機能強化を図る準備を行っているか。	<主要な業務実績> 【組織運営の効率化】 以下の取組を通じて組織運営の効率化や海外事務所の体制整備を含め平成27年からの訪日プロモーション事業の執行機関化の準備を行った。 ・機構の業務運営に係る重要事項について関係事務を統括する職位「統括役」(部長職の上位)を新設(平成26年8月) ・訪日プロモーション事業の執行機関化に向け、監査室新設を含む平成27年4月1日から適用する本部組織再編を準備 平成26年度末の常勤職員数は、国内55人、海外38人(平成25年度末は国内52人、海外37人) ・海外事務所の体制整備	<評定と根拠> 評定：A ・訪日プロモーション事業の執行機関化に向け、本部組織の再編準備や、海外事務所の体制整備も見据えた新卒採用及び中途採用を実施したほか、全海外事務所の現地職員を増員する取組を進めた。 ・また、執行機関化の本格実施に向け、平成26年度補正予算の一部を海外事務所に配分し、訪日プロモーション事業の海外調達を開始するなど、計画的に執行機関化の準備を行った。 ・平成25年12月の閣議決定により、機構が従来の観光庁に替わり、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以降、限られた期間において、海外契約を含めた契約手続きの整備に加え、契約執行や契約管理のた	評定 B <評定に至った理由> <今後の課題> (実績に対する課題及び改善方策など) <その他事項> (有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど)	

<p>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。</p> <p>職員の意欲向上を図り、組織を活性化させるため、能力と実績に基づく人事評価を行い、これに応じた処遇を行うとともに、能力の啓発に努める。特にプロパー職員については、観光宣伝業務に関するノウハウを着実に蓄積し、機構の中核として担うべき役割を的確に果たすことができるよう、その育成に努める。</p> <p>海外事務所については、それに係る成果指標に基づき毎年度厳格に評価を行い、国のインバウンド政策及び市場の動向も踏まえつつ、事務所数や配置の適正性、予算や人員等の経営資源の配分等について不断の見直しを行う。</p>	<p>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>柔軟な執行ができる仕組みの構築のための準備を進める。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ための準備を行う。</p> <p>なお、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の数や配置、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>も視野に入れた新卒及び中途採用を実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全海外事務所（14事務所）において、業務執行体制強化のため、現地職員の増員に向けた新規募集・採用準備を開始 ・平成26年度補正予算の一部を海外事務所に配分し、海外における訪日プロモーション事業の調達（契約任者は海外事務所長）を実施 ・経営理念及び行動指針の策定 <p>また、海外現地の市場動向の変化に応じたマーケティング活動を海外事務所において実施できるよう、平成25年度に新設した「現地マーケティング活動費」を活用し、事業パートナー等から持ち込まれるプロモーションの機会に即応した費用対効果の高いマーケティング活動・広報宣伝活動を実施した。</p> <p>【海外事務所評価の実施】</p> <p>機構の重要な経営資源である海外事務所において、活動内容の実績や市場の将来性等について把握し、予算や人員等の経営資源の配分に反映させるとともに、適正な事業実施や運営・管理を確保するため、訪日プロモーション業務及び国際会議等の誘致・開催支援業務等について定量的・定性的にパフォーマンスを把握し、事業・運営の検証を行った。</p>	<p>めの人員体制の強化や本部組織の再編、事業の執行機関にふさわしい新たな経営理念の策定等、組織運営面で数多くの準備作業や課題に取り組んだものであり、難易度は極めて高く、自己評価評定はAとする。</p> <p>＜課題と対応＞</p> <p>訪日プロモーション事業の着実な執行を継続するため、予算や人員等の経営資源の海外シフトを含めた組織運営について不断の見直しを行い、必要な機能強化を図る。</p>	
---	---	---	--	--	---	--

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)	X1年度 H25	X2年度 H26	X3年度 H27	X4年度 H28	X5年度 H29	(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%				

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
<p>① 効率化目標の設定等 運営費交付金を充当して行う業務については、今中期目標期間中、一般管理費（人件費、公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）及び業務経費（公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）の合計について、毎年度平均で前年度比1.25%以上の効率化を行うものとする（ただし、新規に追加される業務、拡充業務は対象外）。</p> <p>給与水準については、国家公務員の給与水準も十分考慮し、手当を含め役員給与の在り方について検証した上で、その適正</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、一般管理費の更なる削減と業務運営の効率化に努める。</p> <p>運営費交付金を充当して行う業務については、今中期目標期間中、一般管理費（人件費、公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）及び業務経費（公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）の合計について、毎年度平均で前年度比1.25%以上の効率化を行う（ただし、新規に追加される業務、拡充業務は対象外）。</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、一般管理費の更なる削減と業務運営の効率化に努める。</p> <p>運営費交付金を充当して行う業務については、今中期目標期間中、一般管理費（人件費、公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）及び業務経費（公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）の合計について、毎年度平均で前年度比1.25%以上の効率化を行う（ただし、新規に追加される業務、拡充業務は対象外）。</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。 一般競争入札の導入・範囲拡大や契約の見直し等を通じた業務運営の一層の効率化を図るとともに、企画競争、公募を行う場合には、競争性、透明性が確保されるよう、随意契約の見直しを行っているか。</p>	<p><主要な業務実績> ①効率化目標の設定等 急激な円安により海外事務所に係る経費（事務所賃料等）が増額するなか、一般競争入札等の活用、業務執行方法の改善等を通じて、業務運営の効率化に努めるなどした結果、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。）の合計は、平成24年度に対して8.12%の減（54百万円）となり、中期計画で定める毎年度平均の効率化比率は、4.06%の減となった。</p> <p>②随意契約の見直し ・平成22年6月に「随</p>	<p><評価と根拠> 評価：B</p> <p>・効率化対象経費については、引き続き円安傾向が続く中、一般管理費の更なる削減に向けての努力、事業の実施にあたって、一層の一般競争入札の実施をすること等効率化に努めた結果、毎年度平均の効率化比率は、4.06%の減となった。</p> <p>・平成26年度補正予算による訪日プロモーション事業の執行にあたり、契約件数は前年度から倍増したが、競争性のない随意契約による契約件数は前年比で減少しており、業務運営の一層の効率化を実現した。</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</p>	<p>評価</p> <p>B</p> <p><評価に至った理由></p> <p><今後の課題> (実績に対する課題及び改善方策など)</p> <p><その他事項> (有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど)</p>	

<p>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組みを踏まえ、厳しく見直すものとする。</p> <p>② <u>随意契約の見直し</u> 「独立行政法人の契約状況の点検・見直しについて」(平成21年11月17日閣議決定)を踏まえ、不断の見直しを行い、一般競争入札の導入・範囲拡大や契約の見直し等を通じた業務運営の一層の効率化を図るとともに、その取組状況を公表する。また、入札・契約の適正な実施について、契約監視委員会等によるチェックを受けるものとする。</p>	<p>② <u>随意契約の見直し</u> 「独立行政法人の契約状況の点検・見直しについて」(平成21年11月17日閣議決定)を踏まえ、不断の見直しを行い、一般競争入札の導入・範囲拡大や契約の見直し等を通じた業務運営の一層の効率化を図るとともに、その取組状況を公表する。また、契約が一般競争入札等による場合であっても、特に企画競争、公募を行う場合には、競争性、透明性が確保される方法により実施する。さらに、監事による監査及び契約監視委員会において、入札・契約の適正な実施についてチェックを受けるものとする。</p>	<p>② <u>随意契約の見直し</u> 「独立行政法人の契約状況の点検・見直しについて」(平成21年11月17日閣議決定)を踏まえ、不断の見直しを行い、一般競争入札の導入・範囲拡大や契約の見直し等を通じた業務運営の一層の効率化を図るとともに、その取組状況を公表する。また、契約が一般競争入札等による場合であっても、特に企画競争、公募を行う場合には、競争性、透明性が確保される方法により実施する。さらに、監事による監査及び契約監視委員会において、入札・契約の適正な実施についてチェックを受けるものとする。</p>		<p>意契約等見直し計画」を策定・公表し、引き続きその実施に取り組んでおり、平成26年8月に平成25年度の契約状況のフォローアップをホームページで公表した。</p> <p>・「随意契約等見直し計画」を踏まえ、引き続き競争性のない随意契約の削減を図った。</p> <p>【競争性のある契約件数/金額】 平成25年度 29件/183百万円 平成26年度 84件/3,480百万円</p> <p>【競争性のない随意契約件数/金額】 平成25年度 12件/160百万円 平成26年度 10件/169百万円</p> <p>・企画競争、公募を行う場合の実質的な競争性の確保については、基本的な指針を作成し、その中で2社以上の申し出があった場合の取り扱い方法等を定め、競争性を確保した。</p> <p>・定例の決算監査とあわせて、随意契約に係る監事監査を実施した。</p> <p>・「独立行政法人の契約状況の点検・見直しについて」(平成21年11月17日閣議決定)の趣旨を踏まえ、入札及び契約の取組等の透明性を確保し、公正な競争を促進するため、外部有識者を委員とする契約監視委員会を平成21年12月に設置し、平成26年8月に第6回を開催した。</p>	<p>る。</p> <p><課題と対応> 効率化対象経費の効率化目標の達成と、随意契約の見直しについて引き続き厳正な管理を行う。</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)	X1年度 H25	X2年度 H26	X3年度 H27	X4年度 H28	X5年度 H29	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
オールジャパンによる訪日プロモーションを実施するため、在外公館を始めとする関係省庁・政府関係法人、インバウンドへの取組を強化する地方公共団体、日本ブランドを海外展開する経済界との連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制を構築する。	オールジャパンによる訪日プロモーションを実施するため、在外公館を始めとする関係省庁・政府関係法人、インバウンドへの取組を強化する地方公共団体、日本ブランドを海外展開する経済界との連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制を構築する。	オールジャパンによる訪日プロモーションを実施するため、在外公館を始めとする関係省庁・政府関係法人、インバウンドへの取組を強化する地方公共団体、日本ブランドを海外展開する経済界との連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制を構築する。 「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」を踏まえ、国際協力機構、国際交流基金及び日本貿易振興機構の海外事務所と、事業の連携強化等を図るため、海外事務所の共用化又は近接化を進める。また、本部事務所については、国際交流基金との事業の連携強化等を図るべく、本部事務所を共用化することを目標	<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しているか。 国際協力機構、国際交流基金及び日本貿易振興機構の海外事務所と、海外事務所の共用化又は近接化を実現しているか。本部事務所については、国際交流基金との共用化に向けた準備を着実に進めているか。</p>	<p><主要な業務実績> 以下の取組を通じて在外公館を始めとする関係省庁・政府関係法人、地方公共団体、経済界との連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制の構築を図った。 【在外公館との連携】 訪日プロモーション事業の一環として平成26年度に実施された在外公館連携事業は、海外23市場51件となった。 (例) 訪日査証緩和に係る旅行会社向け説明会における連携(平成26年11月、インドネシア・ジャカルタ) インドネシア人の訪日査証緩和が決定されたことを受け、在インドネシア日本国大使館が実施する旅行会社向け説明会に旅行会社への参加要請・フォローに協力した。</p>	<p><評定と根拠> 評定：B ・在外公館・日本貿易振興機構・国際交流基金・他国政府観光局・民間事業者等との連携事業を積極的に推進し、民間の持つブランド力やノウハウ・ネットワークを活用した費用対効果の高い共同プロモーションやPR事業を実施し、日本ブランドの確立と訪日旅行のPRに貢献した。 ・経済産業省、日本貿易振興機構、観光庁、機構の4者による「訪日外国人増加に向けた共同行動計画」(平成25年6月策定)に基づき具体的な連携実績を上げたほか、平成26年度は、新たに英国政府観光庁(Visit Britain)、日本観光振興協会・日本旅行業協会(JATA)、株式会社海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)等と、連携の協定/覚書を締結するなど、関係団体との連携を強</p>	<p>評定 B</p> <p><評定に至った理由></p> <p><今後の課題> (実績に対する課題及び改善方策など)</p> <p><その他事項> (有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど)</p>	

			<p>とし、平成26年夏までにその具体的な工程表を策定する。</p>		<p>【国際交流基金との連携】 (例) [日本映画祭]における連携(平成26年9月～12月、オーストラリア・シドニー、メルボルン等7都市) 国際交流基金主催日本映画祭と連携し、機構のFacebookを活用して上映作品のロケ地の旅行情報のPR等を行うとともに、豪州主要7都市の映画祭会場において来場者に訪日観光に関する資料を配布した。</p> <p>【経済産業省、日本貿易振興機構との連携】 平成25年6月に、経済産業省・日本貿易振興機構・観光庁・機構の4者による「訪日外国人増加に向けた共同行動計画」を策定し、計画に基づき、機構が推進するビジット・ジャパンと、日本貿易振興機構が推進するクール・ジャパンの連携、及び各々が展開する事業における相互協力等の具体的な取組を行った。平成26年度は、見本市・イベントへの共同参加、セミナー等への協力、情報提供等、73件(暫定値)の連携を行った。</p> <p>【他国政府観光局との連携】 平成26年9月に、機構と英国政府観光庁(Visit Britain)は、観光分野での相互協力を目的とした覚書に署名した。2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を見据え、2012年のロンドン大会開催を活かしてインバウンド推進に成功したVisit Britainとロンドン大会における観光分野での経験を共有して、効果的なプロ</p>	<p>力に進めた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」(平成25年12月24日閣議決定)を踏まえ、各海外事務所において、国際協力機構、国際交流基金、日本貿易振興機構の海外事務所と相互連携を行ったほか、平成26年6月に中国・上海において日本貿易振興機構と同一のビルに機構上海事務所が移転し、共用化を実現した。 また、国際交流基金と機構の本部事務所共用化に関し、平成26年8月に共用化の具体的な工程表を作成し、内閣官房行政改革推進室に提出した。 ・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><課題と対応> 訪日プロモーション事業の執行機関となってからは、よりオールジャパン体制で訪日プロモーション事業を展開できるよう、さらなる連携強化・拡大に取り組む。</p>	
--	--	--	------------------------------------	--	---	---	--

				<p>モーションの実施を目指す。平成 26 年 10 月には、在英国日本国大使館にて日英観光シンポジウムを開催した（参加者 162 名）。</p> <p>【関係団体等との連携】 関係団体等と、インバウンドの取組を拡大する等の連携協定を締結し、連携の取組を強力に進めた。 （例）日本観光振興協会・日本旅行業協会（JATA）との連携協力協定を平成 26 年 6 月に締結 株式会社海外需要開拓支援機構（クールジャパン機構）と平成 26 年 9 月に業務連携に関する覚書を締結</p> <p>【関係省庁、地方公共団体、観光関連団体等への講演協力】 関係省庁、地方公共団体、観光関連団体等の主催する会議、セミナー等に役職員を講師として派遣することを通じて、日本国内の関係者との連携を図った。インバウンドビジネスの活性化及び参入する国内業種の裾野の拡大を目指し、経済界、商工会議所、金融機関等への役員による講演等を多数実施したこと等により、講師派遣件数は前年度の 64 件から、平成 26 年度は 98 件（前年比 53.1%増）へと増大した。 （例）平成 27 年 2 月、関西経済界倶楽部からの依頼を受け、機構理事長が関西におけるインバウンドの状況や分析を紹介する講演を大阪において実施。講演には経済界倶楽部の会員等約 100 名が参加。</p> <p>【国際協力機構、国際交流基金、日本貿易振興機</p>	
--	--	--	--	--	--

				<p>構の海外事務所との連携強化および施設の共用化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各海外事務所において、国際協力機構、国際交流基金、日本貿易振興機構の海外事務所との定期的な会議を開催するとともに、広報用資料の相互配置、各種イベントの関係者への周知及びポスター等の所内掲示、Facebook 等で他法人事業の紹介、会議室の共同利用等の連携強化の取組を行った。 ・「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）を踏まえ、平成 26 年 6 月に機構の上海事務所が日本貿易振興機構の上海事務所と同一ビル内、同フロアに移転し、共用化を実現した。また、国際交流基金と機構の本部事務所共用化に関し、外務省、観光庁、国際交流基金、機構の 4 者から成る「国際交流基金と国際観光振興機構の本部事務所の共用化に関する検討会議」を通じて検討を行い、平成 26 年 8 月に共用化の具体的な工程表を内閣官房行政改革推進室に提出した。 	
--	--	--	--	--	--

4. その他参考情報

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
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)	X1年度 H25	X2年度 H26	X3年度 H27	X4年度 H28	X5年度 H29	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
<p>内部統制については、内部規程の整備、業務運営方針や組織・業務目標の明確化を行い、役職員による共有を図るとともに、定期的に業務実績や課題を整理し、外部有識者の意見も踏まえ、改善を行う。</p> <p>法令等について、職員等に対する周知を行い、機構全体の職員のコンプライアンスの更なる徹底を図る。特に、訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業の実施に当たっては、広く機会の平等を担保するとともに、特定の企業への利益誘導にならないよう留意する。また、内部監査を行い、監査結果に基づくフォローアップを適切に行う。</p> <p>「国民を守る情報セキュリティ戦略」等の政府方針を踏まえ、適切な情報セキュリ</p>	<p>内部統制については、内部規程の整備、業務運営方針や組織・業務目標の明確化を行い、役職員による共有を図るとともに、定期的に業務実績や課題を整理し、外部有識者の意見も踏まえ、改善を行う。</p> <p>法令等について、職員等に対する周知を行い、機構全体の職員のコンプライアンスの更なる徹底を図る。特に、訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業の実施に当たっては、広く機会の平等を担保するとともに、特定の企業への利益誘導にならないよう留意する。また、内部監査を行い、監査結果に基づくフォローアップを適切に行う。</p> <p>「国民を守る情報セキュリティ戦略」等の政府方針を踏まえ、適切な情報セキュリ</p>	<p>内部統制については、内部規定の整備、業務運営方針や組織・業務目標の明確化を行い、役職員による共有を図るとともに、定期的に業務実績や課題を整理し、改善を行う。</p> <p>法令等について、職員等に対する周知を行い、機構全体の職員のコンプライアンスの更なる徹底を図るとともに、不祥事等のコンプライアンスに抵触する事例が発生した場合における初動対応、広報対応等に関し、他法人の先行事例等も参考に、実効性の高いマニュアルを整備する。また、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。</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> 平成 27 年からの独立行政法人通則法の改正、及び訪日プロモーション事業の執行機関化に向けた対応として以下の取組を行った。</p> <p>【内部規定等の整備・周知、研修】 ・独立行政法人通則法の改正（平成 26 年 6 月改正、平成 27 年 4 月施行）に対応し、業務方法書の改正を準備するとともに、内部統制、監事監査、内部監査、個人情報保護等に関する規程を整備し、役職員に周知した。 ・訪日プロモーション事業の執行機関化に向けた組織再編に対応する規程の整備を行った。 ・平成 27 年度に新設する監査室、及び事業部門における契約統括部署の設置準備を行った。 ・本部及び海外事務所において予算の適切な執行及び契約の適正性等</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）に対応し、内部統制、監事監査、内部監査、個人情報保護等に関する規程を整備し、役職員への周知を実施した。また、訪日プロモーション事業の執行機関化に向けた組織再編に係る規定の整備を行った。平成 27 年 4 月から監査室を新設するための準備を行った。 新規に制定した内部統制の推進に関する規程においては、コンプライアンス違反事案発生時の報告と対応及び公表について規定したほか、コンプライアンスに係る研修の実施についても規定した。</p> <p>・新たに経営理念・行動指針を策定するとともに、業務運営方針等を示し、周知・明確化を図った。</p> <p>・監事監査及び内部監査を</p>	<p>評定 B</p> <p><評定に至った理由></p> <p><今後の課題> (実績に対する課題及び改善方策など)</p> <p><その他事項> (有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど)</p>	

<p>ティ対策を推進する。</p>	<p>ティ対策を推進する。</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、適切な情報セキュリティ対策を推進する。</p>		<p>を確保するためのガイドライン、マニュアル等を新たに整備し、本部・海外職員を対象に年次や職位ごとに会計関連研修等を通じて意識の徹底を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規に制定した内部統制の推進に関する規程においては、コンプライアンス違反事案発生時の報告と対応及び公表について規定したほか、コンプライアンスに係る研修の実施についても規定した。 <p>【経営理念、業務運営方針等の明確化】 訪日プロモーション事業の執行機関化に向け、新たに経営理念及び行動指針を策定したほか、年度計画を踏まえ、部・海外事務所ごとに果たすべき役割や職員の行動規範を定めた「組織・業務目標」を策定し、役職員に周知し、明確化を図った。</p> <p>【訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業実施に当たっての留意】 訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業の実施に当たっては、広く機会の平等を担保するとともに、特定の企業への利益誘導にならないよう留意することを含めた訪日旅行促進事業実施要領を準備した。</p> <p>【監事監査】 監事監査規程に基づき作成した監事監査計画により、決算監査、業務監査(監査テーマ:ピジット・ジャパン事業執行機関化に向けた体制の確認)、海外事務所現地監査(対象事務所: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)、保有個人情報に関する監査</p>	<p>実施し、指摘事項を踏まえ業務の改善に取り組んだ。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・情報システムの整備と利用に関する規程及び情報漏えいの防止を含む情報セキュリティの確保に関する規程を整備するとともに、職員への情報セキュリティ面での適時注意喚起、PCやネットワークの稼働状況の継続的な監視等により情報セキュリティ対策の推進を行った。 ・以上のことから、内部統制の充実に関して着実な取組が行われており、目標水準を十分満たしているとみられることから、自己評価評価はBとする。 <p><課題と対応> 訪日プロモーション事業の執行機関となってからは、業務執行にあたり、より確実に内部統制の徹底を行う。</p>	
-------------------	-------------------	--	--	--	---	--

				<p>を実施し、監査の指摘事項を踏まえ、業務改善に取り組んだ。</p> <p>【内部監査】 平成26年10月に北京事務所、上海事務所、平成26年11月にバンコク事務所、シンガポール事務所において内部監査を実施し、監査結果に基づくフォローアップを行った。</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、情報システム部門からの役職員への注意喚起、及びネットワークの稼働状況の継続的な監視を通じた不正侵入のリスク低減等を通じて情報セキュリティ対策の強化を図った。また、情報システムの整備と利用に関する規程及び情報漏えいの防止を含む情報セキュリティの確保に関する規程を整備した。</p>	
--	--	--	--	---	--

4. その他参考情報

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

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	X1年度 H25	X2年度 H26	X3年度 H27	X4年度 H28	X5年度 H29	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
国民への説明責任の徹底及び各事業の必要性・効率性等の評価に資する観点から、マーケティング情報や事業・活動の成果物等の公表の充実を図るとともに、保有資料・データの公開やホームページの内容の充実を図ること等により、情報発信を積極的に推進する。	機構の取組や業務成果を幅広く発信し、各事業の必要性・効率性等の評価に資するため、市場別プロモーション方針・事業計画概要、事業・活動の成果物等の公表の充実を図るとともに、統計・マーケティングデータ等の保有資料・データの公開やウェブサイトの内容の充実を図ること等により、情報公開・発信を積極的に推進する。	機構の取組や業務成果を幅広く発信し、各事業の必要性・効率性等の評価に資するため、市場別プロモーション方針・事業計画概要、事業・活動の成果物等の公表の充実を図るとともに、統計・マーケティングデータ等の保有資料・データの公開やウェブサイトの内容の充実を図ること等により、情報公開・発信を積極的に推進する。	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 機構の取組や業務成果を幅広く発信し、統計・マーケティングデータ等の保有資料・データの公開やウェブサイトの内容の充実を図ること等により、情報公開・発信を積極的に推進しているか。</p>	<p><主要な業務実績> 情報公開・発信の積極的な推進のため、以下の取組を行った。</p> <p>【ウェブサイト上での機構の取組、業務成果の公開】 「市場別プロモーション方針・事業計画概要」、「業務実績報告書」及び「年次報告書」を機構のウェブサイトで公開した。</p> <p>【統計・マーケティング情報等保有資料・データの公開】 ・月次の訪日外客統計を地域別訪日旅行市場の概況、翌月の市場動向と注目トピックスとともに、機構のウェブサイトで公開した。 ・機構の保有する訪日外客統計、市場別マーケティング情報を出版物としてとりまとめ、広く関係者に配布した。（「日本の国際観光統計 2013」、</p>	<p><評価と根拠> 評価：A</p> <p>・ウェブサイトにおける統計、マーケティングデータを活用したトピックス等の随時の更新と新規情報・資料の掲載に努めた結果、機構の日本語ウェブサイトのアクセス数は前年比 69.8% の増加となり、情報発信の強化を図った。</p> <p>・国内広報の取組強化の結果、過去最高の年間 2,181 件（前年比 27.6%増）の機構関連記事が掲載され、機構のプレゼンスの向上につながった。</p> <p>・平成 26 年度は、「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）の重点施策のひとつであった東南アジア市場のビザ要件緩和を契機とした、東南アジア市場におけるインバウンドの取組を主題とした講演へ</p>	<p>評価</p> <p>B</p> <p><評価に至った理由></p> <p><今後の課題> (実績に対する課題及び改善方策など)</p> <p><その他事項> (有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど)</p>	

				<p>「JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック 2015（アジア新興市場編）」の発行）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・賛助団体・会員専用ウェブサイトにおいて、主要 18 ヶ国・地域の市場別マーケティング情報や、メールマガジン、講演資料等のバックナンバーを公開した。 <p>【ウェブサイトの充実】</p> <p>ウェブサイト内の「最新情報」、「報道発表」、「統計発表」、「JNTO 事業パートナーからのニュース」、「マーケティングデータ」、「トピックス」等を随時更新し、新規情報・資料を掲載した。平成 26 年度における機構の日本語ウェブサイトのアクセス数は 1,657 万 836 ページビューとなり、前年比で 69.8%増加した。</p> <p>【国内広報の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・機構の業務に対する国民の認識・理解を高めるため、国内広報に重点的に取り組み、報道資料の発表に加え、テレビ・一般紙・旅行業界紙誌のインタビューへの対応、最新のマーケット動向や機構の活動状況について役職員の寄稿等を行った。 ・平成 26 年度は、特に理事長・理事の対外的な活動の強化に努め、理事長のテレビ・ラジオ出演や一般紙等のインタビュー対応等を拡大した結果、紙媒体、ウェブサイト、TV における掲載記事及び報道件数の総数が、前年比 27.6%増の 2,181 件となった。 <p>報道発表件数： 51 件（前年度 41 件、前年比 24.4%増）</p> <p>成果記事掲載数：</p>	<p>の講師派遣を積極的に行った。国内各地のインバウンド関係者の情報ニーズに応えるとともに、テーマを明確にした戦略的な情報発信を行い、東南アジア市場からの訪日外国人旅行者数の急成長に大きく貢献した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・以上のことから、戦略的な情報発信において定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><課題と対応></p> <p>特に訪日プロモーション事業の執行機関となってからは、事業実施により得られた成果、マーケティング情報等を引き続き積極的に公表するとともに、情報の発信にあたっては国のインバウンド政策等をふまえ戦略的に行うように努める。</p>	
--	--	--	--	---	---	--

				<p>2,181件（前年度1,709件、前年比27.6%増）</p> <p>・「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）に基づき、ビザ要件の緩和など訪日旅行の容易化が進んだ東南アジア市場への対応強化のため、訪日旅行誘致ハンドブック（東南アジアを含むアジア新興市場編）を発行したほか、東南アジア市場を主題とした講演への講師派遣を積極的に行った。平成26年度の講演実績98件のうち、東南アジア市場を主題とした講演は20件に上った。</p> <p>（例）「東南アジア市場のインバウンドの動向」についての講演（平成26年8月、鳥取県主催） 「東南アジアにおける訪日観光客の最新動向」についての講演（平成26年9月、群馬県主催）</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)	X1年度 H25	X2年度 H26	X3年度 H27	X4年度 H28	X5年度 H29	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
<p>事業パートナーに対する質の高いサービスの提供や連携の拡大、新たな事業パートナーの開拓等により、自己収入の拡大に向けた取組を行う。</p> <p>毎年の運営費交付金額の算定については、運営費交付金債務残高の発生状況にも留意した上で、厳格に行う。</p>	<p>海外事務所を活用した市場動向の情報提供、個別相談会の開催等事業パートナー等を対象とする事業等の強化・拡大やビジット・ジャパン事業の実施に当たっての支援、国際会議の誘致・開催の支援等を通じて、事業パートナーとの連携を強化し、顧客満足度を高めることにより、地方自治体、民間事業者等からの賛助金・会費等の維持・増加に努めるとともに、賛助団体・会員等の増加による収入の増加を図る。また、機構のノウハウを活かした受託業務等にも積極的に取り組み、収入増を図る。</p>	<p>海外事務所を活用した市場動向の情報提供、インバウンド旅行振興フォーラムの開催等事業パートナー等を対象とする事業等の強化・拡大やビジット・ジャパン事業の実施に当たっての支援、国際会議の開催・誘致の支援等を通じて、事業パートナーとの連携を強化し、顧客満足度を高めることにより、地方自治体、民間事業者等からの賛助金・会費等の維持・増加に努めるとともに、賛助団体・会員等の増加による収入の増加を図る。また、機構のノウハウを活かした受託業務等にも積極的に取り組み、収入増を図る。</p>	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 事業パートナーとの連携を強化し、顧客満足度を高めることにより、地方自治体、民間事業者等からの賛助金・会費等の維持・増加に努め、賛助団体・会員等の増加による収入の増加を図っているか。 機構のノウハウを活かした受託業務等にも積極的に取り組み、収入増を図っているか。</p>	<p><主要な業務実績> 以下の取組等を通じて、自己収入拡大に努めた。</p> <p>【賛助団体・会員への取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本部・海外事務所を挙げて勧誘活動を行った結果、賛助団体として 16 団体、会員として 62 団体が新たに加入した。 ・他方、財政事情等の理由により、賛助団体 2 団体、会員 17 団体が退会した。 ・この結果、賛助団体 186 団体、会員 216 団体となり、前年度末に比べて賛助団体数は 14 団体、会員数は 45 団体増加した。賛助団体と会員の合計では、402 団体となり、過去最大数となった。 <p>賛助団体数 平成 25 年度末 172 団体 平成 26 年度末 186 団体 (前年比 8.1%増) 会員数</p>	<p><評定と根拠> 評定：A</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業パートナーの顧客満足度を高め、各地の地方公共団体、観光業界以外の業種も含め、広く賛助団体・会員拡大による自己収入の確保を進め、賛助団体・会員数としては過去最大規模の 402 団体（前年比 17.2%増）となり、賛助金・会費収入の拡大（前年比 15.4%増）につながった。 ・その他の収益事業として、機構が毎月発行するウェブマガジンを活用した記事広告事業により 3,000 万円を超える収入をあげた。また、海外での観光セミナーの開催支援、旅行会社・メディア招請支援、海外プロモーションに関する有料コンサルティング、外国人旅行者向け英文地図の有償販売等にも取り組み、自己収入の多様化及び拡大に努めた。 ・上記の取組等の結果、賛 	<p>評定 B</p> <p><評定に至った理由></p> <p><今後の課題> (実績に対する課題及び改善方策など)</p> <p><その他事項> (有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど)</p>	

				<p>平成 25 年度末 171 団体 平成 26 年度末 216 団体 (前年比 26.3%増) 合計 平成 25 年度末 343 団体 平成 26 年度末 402 団体 (前年比 17.2%増)</p> <p>・平成 26 年度の賛助金収入は、1 億 9,153 万円、会費収入は 6,229 万円となり、合計で 2 億 5,382 万円 (前年比 15.4%増) となった。</p> <p>・平成 26 年度は、賛助団体・会員を主な対象として、インバウンド旅行振興フォーラムを 9 月と 1 月に開催した。インバウンド旅行振興フォーラムでは、セミナー形式で海外の主要訪日旅行市場の最新情報を提供したほか、機構の各海外事務所長等との事前アポイントメント制による個別相談の実施、賛助団体・会員相互の情報交換・交流を図る BtoB デスクの設置、会員主催ランチョンセミナーのプログラム化等を通じて、インバウンドビジネスの促進を図った。</p> <p>【ウェブを活用した収益事業の推進】 ・JNTO ウェブサイトのマンスリーウェブマガジンへの有料記事広告掲載サービスにより、17 件の記事制作・掲載を行い、過去最高となる約 3,055 万円の収入 (平成 25 年度は 2,200 万円) をあげた。 ・平成 25 年度に立ち上げた「旅行商品情報検索サイト」に加え、平成 26 年度は新たな取組として、「地域産品情報検索サイト」の運用を開始し、両サイトあわせて 75 件の販売、合計約 8 万円のアフィリエイト収入となった。</p>	<p>助金等収入及び事業収入の合計は前年度を大きく上回り (20.2%増)、大幅な収入増を実現していることから、自己評価評定は A とする。</p> <p><課題と対応> 引き続き自己収入の拡大に努める。</p>	
--	--	--	--	---	--	--

				<p>【機構のノウハウを生かした受託事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・賛助団体・会員及びその他団体からの委託を受け、海外での観光セミナー開催支援や、海外の旅行会社・メディア招請支援を受託業務として実施した。平成 26 年度は、年間 30 件、合計約 540 万円の収入をあげた。 ・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行い、平成 26 年度は 2 件（合計 281 万円）を受託した。 ・民間事業者等からの需要が多い英文地図の有償提供、地域の外国語観光宣伝印刷物の受託制作に取り組み、印刷物関連で約 775 万円の収入をあげた。 <p>上記の取組等の結果、賛助金等収入及び事業収入として、5 億 3,613 万円（前年比 9,025 万円増、20.2%増）の収入をあげた。</p>	
--	--	--	--	---	--

4. その他参考情報

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

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	X1年度 H25	X2年度 H26	X3年度 H27	X4年度 H28	X5年度 H29	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
—	予見し難い事故等の事由に限り、資金不足となる場合における短期借入金の限度額は、100百万円とする。	予見し難い事故等の事由に限り、資金不足となる場合における短期借入金の限度額は、100百万円とする。	<主な定量的指標> — <その他の指標> — <評価の視点> —	<主要な業務実績> 該当なし	<評価と根拠> 評価：— <課題と対応> —	評価 B	<評価に至った理由> <今後の課題> (実績に対する課題及び改善方策など) <その他事項> (有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど)

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)	X1年度 H25	X2年度 H26	X3年度 H27	X4年度 H28	X5年度 H29	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価								
	中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
					業務実績	自己評価	評価	
	なし	なし	なし	<主な定量的指標> — <その他の指標> — <評価の視点> —	<主要な業務実績> 該当なし	<評価と根拠> 評価：— <課題と対応> —	評価 B <評価に至った理由> <今後の課題> (実績に対する課題及び改善方策など) <その他事項> (有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど)	

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)	X1年度 H25	X2年度 H26	X3年度 H27	X4年度 H28	X5年度 H29	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
なし	剰余金が発生した場合には、独立行政法人通則法(平成11年法律第103号)第44条第3項の規定による国土交通大臣の承認を受けて、海外からの訪日旅行の促進の効果が高く見込まれる海外宣伝事業費の使途に充てる。	剰余金が発生した場合には、独立行政法人通則法(平成11年法律第103号)第44条第4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> —	評定 B	<評定に至った理由> <今後の課題> (実績に対する課題及び改善方策など) <その他事項> (有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど)

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)	X1年度 H25	X2年度 H26	X3年度 H27	X4年度 H28	X5年度 H29	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
なし	<p>上記目標の達成に向けて、効率的かつ効果的な業務運営を行うための人材確保、人材育成を着実に実施する。</p> <p>プロパー職員を中核とした体制を構築するため、語学を始めとする専門能力をもった職員の採用・育成に努め、プロパー職員が機構の中核として担うべき役割を的確に果たすことのできる体制を構築する。また、プロパー職員の育成とあわせて外部からの有能な人材の登用を行う。</p> <p>職員個々の能力と実績に基づいた適切な人事評価を実施し、適材適所の人事配置を行う。現地採用職員についても、事務所所在国の人事・労務に係る法令慣行に配慮しつつ、可能な限り人事評価を実施する。</p>	<p>上記目標の達成に向けて、効果的かつ効率的な業務運営を行うための人員体制を強化すべく、人材確保、人材育成を着実に実施する。</p> <p>プロパー職員を中核とした体制を構築するため、語学を始めとする専門能力をもった職員の採用・育成に努め、プロパー職員が機構の中核として担うべき役割を的確に果たすことのできる体制を構築する。また、プロパー職員の育成とあわせて外部からの有能な人材の登用を行う。</p> <p>職員個々の能力と実績に基づいた適切な人事評価を実施し、適材適所の人事配置を行う。現地採用職員についても、事務所所在国の人事・労務に係る法令・慣行に配慮しつつ、可能な限り人</p>	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 効果的かつ効率的な業務運営を行うための人員体制を強化すべく、人材確保、人材育成を着実に実施しているか。 給与水準については、国家公務員の給与水準も考慮し、給与水準の適正化に取り組んでいるか。</p>	<p><主要な業務実績></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強化のため、国内外で各種事業・事務に従事する総合職職員として、平成 26 年度の新卒採用として 3 人を採用したほか、機構が平成 27 年から訪日プロモーション事業の執行機関となることを見据えた即戦力強化のため、業務経験を有した者を中途採用し、うち 4 人が平成 26 年度中に勤務を開始した。また、全海外事務所において現地職員増員に向けた募集準備・採用を開始した。</p> <p>【人事評価の実施と適材適所の人事配置】 全職員を対象とした人事評価制度により、能力評価及び業績評価を区分し、各職員の能力及</p>	<p><評定と根拠> 評定：B</p> <p>・訪日プロモーション事業の執行機関化に向け、効果的・効率的な業務運営を行うため、平成 26 年度は新卒採用及び中途採用を実施したほか、全海外事務所において現地職員の増員に取り組むなど、人員体制の強化を図った。</p> <p>・プロパー職員を中核とした体制を構築するため、業務遂行に必要な知識・スキルを習得する機会を拡充すべく、目的・テーマ別研修等（奨学金を含む）を実施し、職員の能力開発・向上を図った。訪日プロモーション事業の執行機関化に向け、契約事務手続き等の確実な執行のため、職種・職階別に会計研修を実施した。</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、</p>	<p>評定 B</p> <p><評定に至った理由></p> <p><今後の課題> (実績に対する課題及び改善方策など)</p> <p><その他事項> (有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど)</p>	

	<p>本部採用職員に対しては、海外事務所勤務を含め様々な業務を経験できるようキャリア形成に配慮した人事異動を行い、OJTや内外の研修等も活用し、職員の意欲向上と能力開発を図る。また、現地採用職員に対しては、その能力・意欲に合わせた処遇の改善を行い、業務への取組意欲の向上を図るとともに、一層の活用を進める。</p> <p>給与水準については、国家公務員の給与水準も十分に考慮し、引き続き手当を含め役職員給与の在り方について検証した上で、これを維持する合理的理由がない場合には給与水準の適正化に取り組むとともに、その検証結果や取組状況を公表する。また、総人件費については、政府における総人件費削減の取組を踏まえ、厳しく見直す。</p>	<p>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、その検証結果や取組状況を公表する。また、総人件費については、政府における総人件費削減の取組を踏まえ、厳しく見直す。</p>		<p>び業績を適切に評価し、その結果を昇給・昇格及び勤勉手当支給の処遇に反映した。また人事配置にあつては、個々職員の志向、能力、適性から、職務経験も加味した上で、専門分野を見極め、当該専門性の維持等に配慮した人事運用を行った。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。</p> <p>【職員の意欲の向上と能力開発】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本部採用のプロパー職員に対しては、キャリア形成に配慮した人事異動を行うとともに、業務遂行に必要な知識・スキルを習得する機会を拡充すべく、目的・テーマ別研修等（奨学金を含む）を実施し、職員の能力開発・向上を支援した。 ・平成 27 年度から当機構が訪日プロモーション事業の執行機関となることをふまえ、適正な執行管理を行うため、職種・職階別に計 9 回の会計研修を実施した。また、顕著な功績のあった職員を顕彰することにより、職員の積極的な創意工夫を促し、業務実績と意欲の向上に資することを目的として、平成 25 年度に顕著な功績をあげた職員及びチーム（海外現地職員含む）を 3 件を表彰した。 <p>【給与水準の適正化等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成 26 年度のラスパイレ指数（国家公務員と比較した給与水準）は 110.8、地域と学歴を勘案した国家公務員との比較では 93.8 となった。年齢のみを勘案した対国家公務員指数は 100 を越 	<p>その結果を処遇に反映した。またキャリア形成に配慮した人事配置を行い、個々職員の志向、能力、適性から、職務経験も加味した上で、専門性の維持等に配慮した人事運用を行った。海外事務所の現地採用職員についても人事評価を行い、成績が優秀な者には処遇に反映させた。さらに、職員顕彰制度により、顕著な功績のあった職員を表彰し、職員の業務実績と意欲の向上・改善を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成 26 年度のラスパイレ指数（国家公務員と比較した給与水準）は 110.8、地域と学歴を勘案した国家公務員との比較では、100 を下回る 93.8（前年比▲0.9 ポイント）となった。 ・以上のことから、人事に関する計画を着実に実行しており、目標水準を十分満たしていると思われることから、自己評価評定は B とする。 <p><課題と対応></p> <p>効果的かつ効率的な業務運営を行うための人員体制を整備しつつ、職員の能力向上・育成に努める。また、給与水準及び総人件費を適切に管理する。</p>	
--	--	---	--	--	---	--

				<p>えているが、当機構は地方組織がなく、職員の約9割が大卒・大学院卒であり、地域と学歴を勘案した指数は平成26年度も100を下回った。職員の給与については、引き続き国に準じて適正な水準の維持が図られるよう、適切な措置を講じていく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・報酬・給与への業務実績・勤務成績の反映方法として、役員報酬に関しては、期末特別手当に対し国土交通省独立行政法人評価委員会が行う業績評価の結果を参考にして、役員の実績に応じ決定した。職員に関しては、人事評価制度による厳正な人事評価を行い、評価結果を職員の昇給等の処遇に反映させた。 ・平成26年度は、「国家公務員の給与の改定及び臨時特例に関する法律」に基づく国家公務員の給与に関連して、平成26年6月まで職員の給与減額措置を実施するとともに、「一般職の職員の給与に関する法律等の一部を改正する法律」に基づく国家公務員の給与の見直し内容を踏まえ、俸給表の改定及び役職員の12月賞与の支給率の改定を行った。 	
--	--	--	--	---	--

4. その他参考情報

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
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)	X1年度 H25	X2年度 H26	X3年度 H27	X4年度 H28	X5年度 H29	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
—	前中期目標期間の最終事業年度において、独立行政法人通則法第44条の処理を行った後の積立金に相当する金額のうち主務大臣の承認を受けた金額について、前中期目標期間終了までに自己収入財源で取得し、今中期目標期間に繰り越した固定資産の減価償却に要する費用等に充当する。	前中期目標期間の最終事業年度において、独立行政法人通則法第44条の処理を行った後の積立金に相当する金額のうち主務大臣の承認を受けた金額について、前中期目標期間終了までに自己収入財源で取得し、当期中期目標期間に繰り越した固定資産の減価償却に要する費用等に充当する。	<p><主な定量的指標> —</p> <p><その他の指標> —</p> <p><評価の視点> —</p>	<p><主要な業務実績> 前中期目標期間繰越積立金141,186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に要する必要等に40,321円を充当し、前中期目標期間繰越積立金の残高は100,865円となった。</p>	<p><評価と根拠> —</p> <p><課題と対応> —</p>	<p>評価</p> <p>B</p>	<p><評価に至った理由></p> <p><今後の課題> (実績に対する課題及び改善方策など)</p> <p><その他事項> (有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど)</p>

4. その他参考情報

別紙①

平成26年度 予算

〔一般勘定〕

(単位:百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<収入>			
運営費交付金	5,628	5,628	0
賛助金・コンベンション協賛金収入	338	340	2
事業収入	207	196	△ 11
事業外収入	22	22	0
計	6,195	6,186	△ 9
<支出>			
業務経費	4,493	717	3,775
受託経費	286	247	39
人件費	1,180	1,210	△ 30
一般管理費	237	258	△ 21
計	6,195	2,433	3,763

※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
<収入>			
寄付金収入	380	79	△ 301
事業外収入	0	0	0
計	380	79	△ 301
<支出>			
交付金事業経費	380	69	311
計	380	69	311

※各欄積算と合計欄の数字は四捨五入の関係で一致しないことがある。

別紙②

平成26年度 収支計画

〔一般勘定〕

(単位:百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<費用の部>			
経常費用	6,212	2,442	△ 3,770
業務経費	4,493	724	△ 3,769
受託経費	286	239	△ 46
一般管理費	1,417	1,463	46
減価償却費	16	15	△ 1
臨時損失	—	1	1
計	6,212	2,443	△ 3,768
<収益の部>			
運営費交付金収益	5,628	1,864	3,765
国際観光振興事業収入	545	553	△ 8
資産見返運営費交付金戻入	16	13	3
資産見返補助金戻入	—	0	0
資産見返寄附金戻入	—	3	△ 3
事業外収益	22	12	10
計	6,212	2,445	3,766
当期純利益(△当期純損失)	—	2	△ 2
前中期目標期間繰越積立金取崩	—	0	0
当期総利益(△当期総損失)	—	2	△ 2

※各欄積算と合計欄の数字は四捨五入の関係で一致しないことがある。

[交付金勘定]

(単位:百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<費用の部>			
経常費用	380	70	△ 310
交付金事業経費	380	70	△ 310
当期利益金(△当期損失金)	0	△ 11	△ 11
計	380	59	△ 321
<収益の部>			
寄付金収入	380	59	321
事業外収益	0	0	0
計	380	59	321

※各欄積算と合計欄の数字は四捨五入の関係で一致しないことがある。

別紙③

平成26年度 資金計画

〔一般勘定〕

(単位:百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<資金支出>			
業務活動による支出	6,195	2,414	△ 3,781
投資活動による支出	0	25	25
次期への繰越金	0	4,395	4,395
計	6,195	6,834	639
<資金収入>			
業務活動による収入	6,195	6,174	22
運営費交付金による収入	5,628	5,628	0
賛助金・コンベンション協賛金収入	338	340	△ 2
事業収入	207	196	11
事業外収入	22	9	13
投資活動による収入	0	4	△ 4
前期からの繰越金	0	657	△ 657
計	6,195	6,834	△ 639

※各欄積算と合計欄の数字は四捨五入の関係で一致しないことがある。

〔交付金勘定〕

(単位:百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<資金支出>			
業務活動による支出	380	70	△ 311
次期への繰越金	0	72	72
計	380	141	△ 239
<資金収入>			
業務活動による収入	380	79	301
寄付金による収入	380	79	301
前期からの繰越金	0	62	△ 62
計	380	141	239

※各欄積算と合計欄の数字は四捨五入の関係で一致しないことがある。

(別添1)

平成26年度業務計画（国際会議等の誘致・開催支援業務）

平成26年度は下記の重点業務の実施を通じ、数値目標の達成を目指すこととする。

数値目標

平成26年度中に機構が誘致に成功した国際会議及びインセンティブ旅行への外国人参加者予定数を8万7,300人にする。

1. マーケティング機能の強化と誘致戦略の策定

- ① セールスデータベースを活用したマーケットの分析強化
平成25年度に機能の拡充を行った国際会議データベースを最大限活用し、効率的なマーケット分析を実施する。
- ② 誘致戦略の策定
平成25年度に実施した日本での国際会議開催意向調査、海外MICE市場動向、競合国動向調査等を踏まえ、競合国との差別化を意識した日本の強みの明確化（ポジショニング）、誘致の対象とすべき重点会議分野等のターゲットの絞り込み（ターゲティング）等の誘致戦略を策定する。

2. MICE誘致主体のマーケティング戦略の高度化への支援

- ① グローバルMICE戦略都市・強化都市育成事業への支援
グローバルな誘致競争に打ち勝てる都市を育成する観光庁のグローバルMICE戦略都市・強化都市育成事業を支援する。
- ② コンサルティング機能の強化
コンベンションビューロー育成のためのコンサルティング機能を一層強化し、実践的な人材育成セミナーやビッドペーパー作成支援等のコンサルティングを実施する。
- ③ マーケティング情報等の提供
JNTOコンベンション協賛都市・コンベンションビューローに対して海外MICE情報を提供する「JNTOコンベンションマーケティングレポート」の発行等を通じてコンベンションビューローのマーケティング戦略の高度化を支援する。

3. 国際ネットワークの充実と海外における市場、競合国動向等の情報収集・分析の強化

- ① 国際ネットワークの充実化
国際ネットワークの一層の充実を図るため、ICCA年次総会への継続参加を始め、国際的MICE関連団体の活動へ積極的に参画する。
- ② MICE市場や競合国動向等の情報収集・分析の強化を継続
コンベンションマネージャーを配するロンドン、ニューヨーク、ソウルの3事務所を始めとし、海外事務所によるセールス活動、ネットワーキングイベントへの積極的な参加を通じ、海外におけるMICE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収集・分析強化を継続する。

4. 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の拡大

① アンバサダープログラムの運営支援

平成25年度に導入されたアンバサダープログラムの運営を支援し、アンバサダーを最大限活用したMICEの普及・啓蒙や新規案件の掘り起こし、誘致を強化する。

② 国際会議主催者向けセミナーの充実化

国内では、大学のキーパーソンを主たる対象とした国際会議主催者向けセミナーを実施、海外では、初めてシンガポールでアジア太平洋地域国際会議主催者セミナーを開催する他、平成25年度に韓国ソウルで初めて開催した国際会議キーパーソンセミナーを継続させる等、大学との関係強化を通じた新規案件掘り起こしを実現する。

5. ユニークベニユーの開発、利用促進を支援

観光庁が設置したユニークベニユー利用促進協議会の活動に参画し、ユニークベニユーの開発・利用促進を支援する。

6. 誘致・開催支援業務の充実化

① コンベンション日本語サイトの拡充

コンベンション日本語サイトを拡充し、国内の国際会議主催者に対するJNTO及び国際会議観光都市による誘致・開催支援情報の更なる充実化を図る。

② Meet Japanキーパーソン招請事業等

Meet Japanキーパーソン招請事業の継続に加え、英語版ウェブ・ニュースレターによる日本のMICE情報発信、寄附金募集・交付金交付制度の運営等の各種事業の実施を通じ、誘致・開催支援業務の一層の充実化を図る。

7. インセンティブ旅行等の誘致拡大

① インセンティブ旅行セミナーの実施

東南アジアを始め、アジアの有望市場からのインセンティブ旅行誘致強化を図るため、新たな市場におけるインセンティブ旅行セミナーを実施するとともに、韓国では、ソウルに加え、平成25年度に初めて実施した釜山での同セミナーを実施する。

② 「インセンティブショーケース」の実施

国際ミーティングエキスポ(I ME)の開催時期に合わせ、新たに韓国を加えたアジア・中国市場対象のインセンティブ旅行キーパーソン招請と合同商談会を盛り込んだ「インセンティブショーケース」を継続実施し、同市場からの誘致を強化する。

以上