

第2期中期目標に係る
業務実績報告書

平成25年6月

独立行政法人

国際観光振興機構

目次

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置	
(1) 効率化目標の設定	3
(2) 総人件費改革	5
(3) 組織体制の整備	8
(4) 関係機関との連携強化	12
(5) 随意契約の見直し	15
(6) 民間からの出向者等の活用	18
(7) プロパー職員の育成等	19
(8) 内部統制の充実	21
(9) 活動成果の明確化	23
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目標を達成するためとるべき措置	
(1) 海外宣伝業務	
① 海外マーケット情報の収集・調査・分析・提供	25
② 訪日外国人旅行者誘致のための事業	
ア 事業計画の策定	28
イ 広告宣伝・メディア広報事業	29
ウ 訪日旅行商品の造成・販売支援	34
(2) 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	38
② 通訳案内士試験業務	42
(3) 国際会議等の誘致・開催支援業務	44
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	
3. 予算、収支計画及び資金計画	49
(1) 自己収入の確保	
(2) 予算	
(3) 収支計画及び資金計画	
4. 短期借入金の限度額	51
5. 重要な財産を譲渡し、又は担保にする計画	52

6. 剰余金の使途	53
7. その他主務省令で定める業務運営に関する事項	
(1) 人事に関する計画	54
(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	55
(3) その他中期目標を達成するために必要な事項	56

別紙

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(1) 効率化目標の設定

【中期目標】

① 一般管理費

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。)について、中期目標期間の最後の事業年度において、平成19年度比で15%程度削減する。

② 運営費交付金対象業務経費

運営費交付金対象業務経費(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。)について、中期目標期間の最後の事業年度において、平成19年度比で5%程度に相当する額を削減する。

【中期計画】

① 一般管理費

一般競争入札等の活用等により、業務運営の効率化を推進し、一般管理費のさらなる削減に努める。

数値目標

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。)について、中期目標期間の最後の事業年度において、平成19年度比で15%程度に相当する額を削減する。

② 運営費交付金対象業務経費

一般競争入札等の活用、単価の見直しや事業執行方法の改善等を通じて、業務運営の効率化を推進し、運営費交付金対象業務経費の更なる削減に努める。

数値目標

運営費交付金対象業務経費(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。)について、中期目標期間の最後の事業年度において、平成19年度比で5%程度に相当する額を削減する。

実績値(当該項目に関する取組状況も含む。)

1) 実績値

【一般管理費】

	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度
効率化比率	△7.95%	△2.89%	△11.28%	△10.48%	△16.84%

【運営費交付金対象業務経費】

	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度
効率化比率	△13.30%	2.63%	△12.11%	△14.85%	△11.24%

2) 中期目標期間における取組

以下の取組を実施し、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。）については、中期目標期間の最後の事業年度において、平成19年度比で15%程度に相当する額を削減するとの目標に対して、16.84%の削減、運営費交付金対象業務経費については、同5%程度の削減目標に対して11.24%の削減と、目標を上回る削減を実現した。

○一般管理費

中期目標期間の5カ年間の各年度において、真に必要な経費の見直し等を着実に行うとともに、より競争性の高い契約方式に移行できるものについては、積極的に移行すること等により中期目標期間最終年度において目標を上回る削減を実現した。

○運営費交付金対象業務経費

中期目標期間の5カ年間の中で、事務所移転に必要な経費等があり、短期的に削減が困難であった年度、また、東日本大震災等の影響により事業の中止、延期等がある中、着実に業務を行いつつ、各年度において、着実に目標を上回る削減を実現した。

次期中期目標期間における見通し

次期中期計画においては、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。その実現のため、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。

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

なし

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(2) 総人件費改革

【中期目標】

総人件費については、簡素で効率的な政府を実現するための行政改革の推進に関する法律(平成18年法律第47号)等に基づく平成18年度からの5年間で5%以上を基本とする削減について、引き続き着実に実施するとともに、役職員の給与に関し国家公務員の給与構造改革を踏まえた見直しを促進する。さらに「経済財政運営と構造改革に関する基本方針2006」(平成18年7月7日閣議決定)に基づき、人件費改革の取組を平成23年度まで継続するものとする。また、給与水準の適正化について検証し、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。

【中期計画】

総人件費については、簡素で効率的な政府を実現するための行政改革の推進に関する法律(平成18年法律第47号)等に基づく平成18年度からの5年間で5%以上を基本とする削減について、引き続き着実に実施するとともに、「経済財政運営と構造改革に関する基本方針2006」(平成18年7月7日閣議決定)に基づき、人件費改革の取組を平成23年度まで継続するものとする。

また、機構の給与水準に関しては、国内事務所が東京のみであること、職員の学歴構成が高いこと等の理由から、国家公務員に対する指数では105.3、東京都に勤める国家公務員に対する指数では93.8(指数はともに平成18年度)となっているところであるが、引き続き、給与水準の適正化について検証し、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。

実績値(当該項目に関する取組状況も含む。)

1) 実績値

	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度
平成17年度比	△2.2%	△3.9%	△8.6%	△16.9%	△16.6%	△19.9%	△23.3%

2) 中期目標期間における取組

総人件費改革の取組として、国家公務員の給与改定に準じた措置、国からの出向者の受入れ縮小等を実施した結果、平成23年度の総人件費は平成17年度比で19.9%の減少となり、中期計画における目標数値を上回る削減を実現した。

また、当機構職員の約9割が大卒・大学院卒であることに加え、事務所所在地が東京のみであることから、地域・学歴を勘案した国家公務員に対するラスパイレス指数において、100を上回ることはないよう、職員の給与水準については随時検証を実施した。

＜各年度の取組＞

平成20年度

理事の削減(1名)及び監事体制の見直し(常勤2名から常勤1名・非常勤1名体制に変更)により、役員報酬を削減措置。職員については人事評価制度に基づく人員の効率的な運用及び昇給の適正な管理を実施。

平成21年度

国からの出向者の受入れ縮小を行うとともに、人事評価制度に基づく人員の効率的な運用及び昇給の適正な管理を実施。

平成22年度

人事評価制度に基づく人員の効率的な運用及び昇給の適正な管理、国家公務員の給与改定に準じた措置を実施。

平成23年度

人事評価制度に基づく人員の効率的な運用及び昇給の適正な管理を実施。

平成24年度

人事評価制度に基づく人員の効率的な運用及び昇給の適正な管理、国家公務員の給与改定等に準じた措置を実施。

【各年度の給与水準について】

年度	対国家公務員	対国家公務員 (東京)	対国家公務員 (地域・学歴勘案)
平成20年度	109.7	96.8	93.3
平成21年度	107.7	94.5	90.7
平成22年度	108.9	94.4	91.3
平成23年度	105.0	90.8	87.8
平成24年度	113.9	99.5	96.7

次期中期目標期間における見通し

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。

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

「行政改革の重要方針」(平成17年12月24日閣議決定)を踏まえ、平成18年度から平成22年度までの5年間において、5%以上の削減を基本とする削減について、人件費改革(退職手当等を除く。)の取組を平成23年度まで継続した。

また、「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の見直しに関連して、以下の措置を実施した。

【役員】

- ・平成24年4月から国家公務員に準じた率(俸給月額削減率9.77%)で、本来の支給額からの減額を実施した(平成26年3月まで)。
- ・国の指定職俸給表の見直しに準拠して、平成24年4月に俸給月額を0.5%引き下げた(平成23年4月分から平成24年3月分については平成24年6月の期末特別手当で調整)。

【職員】

- ・平成24年7月から国家公務員に準じた率(平均7.8%削減)で、本来の支給額からの減額を実施した(平成26年6月まで)。
- ・国の行政職俸給表(一)の見直しに準拠して、平成24年4月に俸給月額を平均0.23%引き下げた(平成23年4月分から平成24年3月分については平成25年6月の期末手当で調整)。

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためにとるべき措置

(3) 組織体制の整備

【中期目標】

ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部事務局の機能を確実に承継し、組織の活性化を図るとともに、事業の効率化や質の向上に努め、ビジット・ジャパン・キャンペーンに一層貢献する。

また、組織の改変等により本部をスリム化するとともに、海外事務所へ経営資源を重点的に配分し、海外事務所の組織体制を整備する。また、海外事務所については、事務所数や配置の適正性について、市場の動向に即して不断の見直しを行う。

【中期計画】

機構の経営資源を海外宣伝事業に重点的に配分するとともに、各業務の連携が効率的に行えるよう、本部組織の改革を行う。具体的には事業を行う事業本部と企画・管理業務を行う企画本部の2本部制とする。各本部の本部長は理事が務める。

事業本部は海外宣伝事業を行う海外プロモーション部と国際会議等の誘致・開催支援業務を行うコンベンション誘致部の2部によって構成される。海外プロモーション部は、事業別の組織から市場別の組織に再編するとともに、ビジット・ジャパン・キャンペーン事業を着実に推進していくためビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部事務局が発揮していた機能を承継する。ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部事務局の機能を統合することで、機構のもつ様々な機能との相乗効果を発揮し、ビジット・ジャパン・キャンペーン事業の効果的かつ効率的な実施に一層貢献し、これまで以上の実績を上げることを目指す。

企画本部には、機構全体の計画の策定・実行管理等を行う企画部と人事・総務・経理業務を担う総務部を設置する。

本部における業務運営の一層の効率化に努め、海外事務所へ経営資源を重点的に配分する。また、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、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。

中期目標期間における取組及び次期中期目標期間における見通し

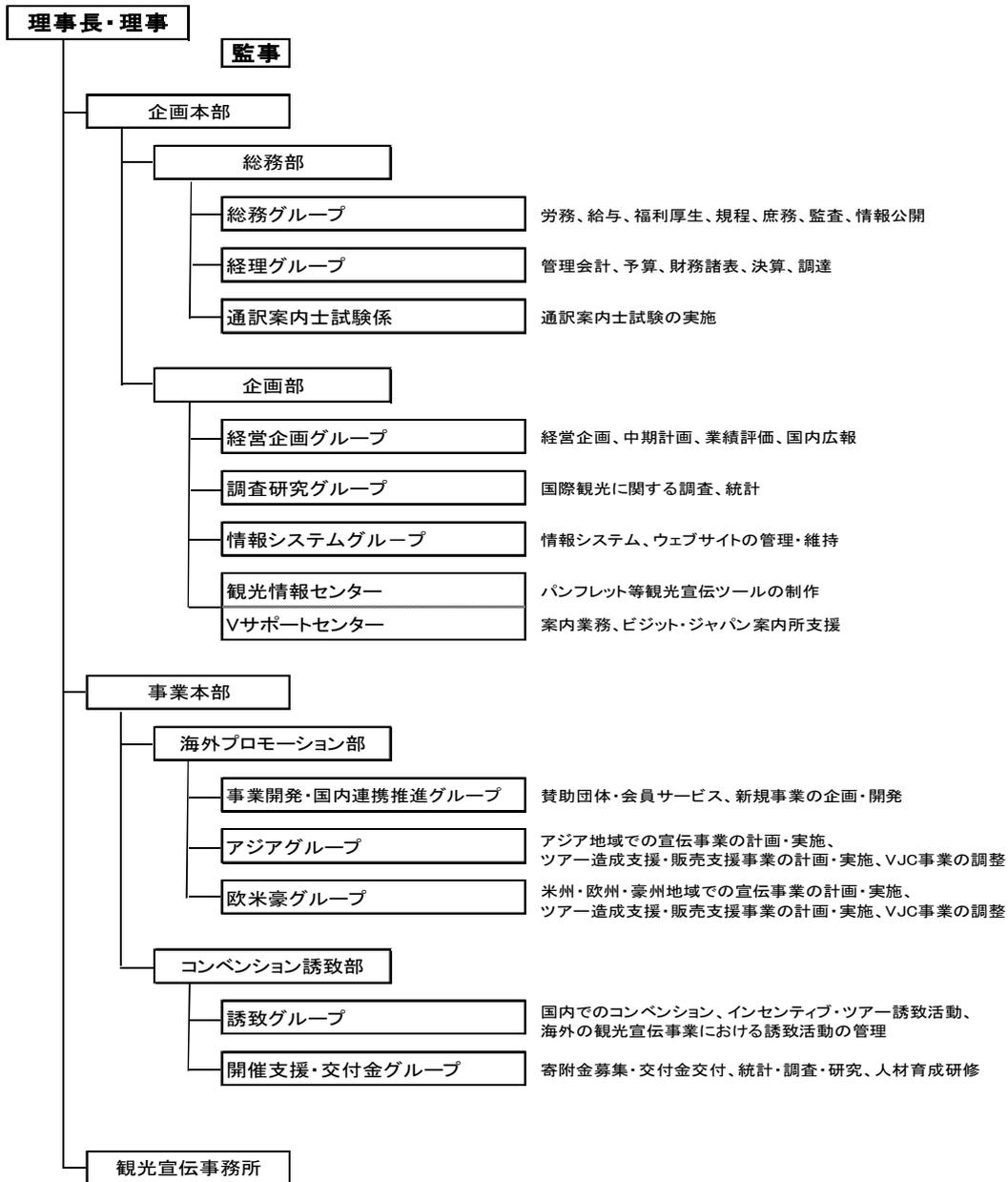
1) 中期目標期間における取組

以下の取組を通じて、機構の組織体制の整備を行った。

◎本部組織の改編

平成20年4月1日に、機構の経営資源を海外宣伝事業に重点的に配分するとともに、各業務の連携が効率的に行えるよう、本部組織の改革を行い、企画本部と事業本部の2本部制を開始した(平成20年度)。さらに、「観光立国推進基本計画」(平成24年3月30日閣議決定)、「独立行政法人の事務・事業の見直しの基本方針」(平成22年12月7日閣議決定)等を踏まえ、第2期中期計画の趣旨を更に徹底するため、平成24年4月1日に本部組織の改編を実施した。

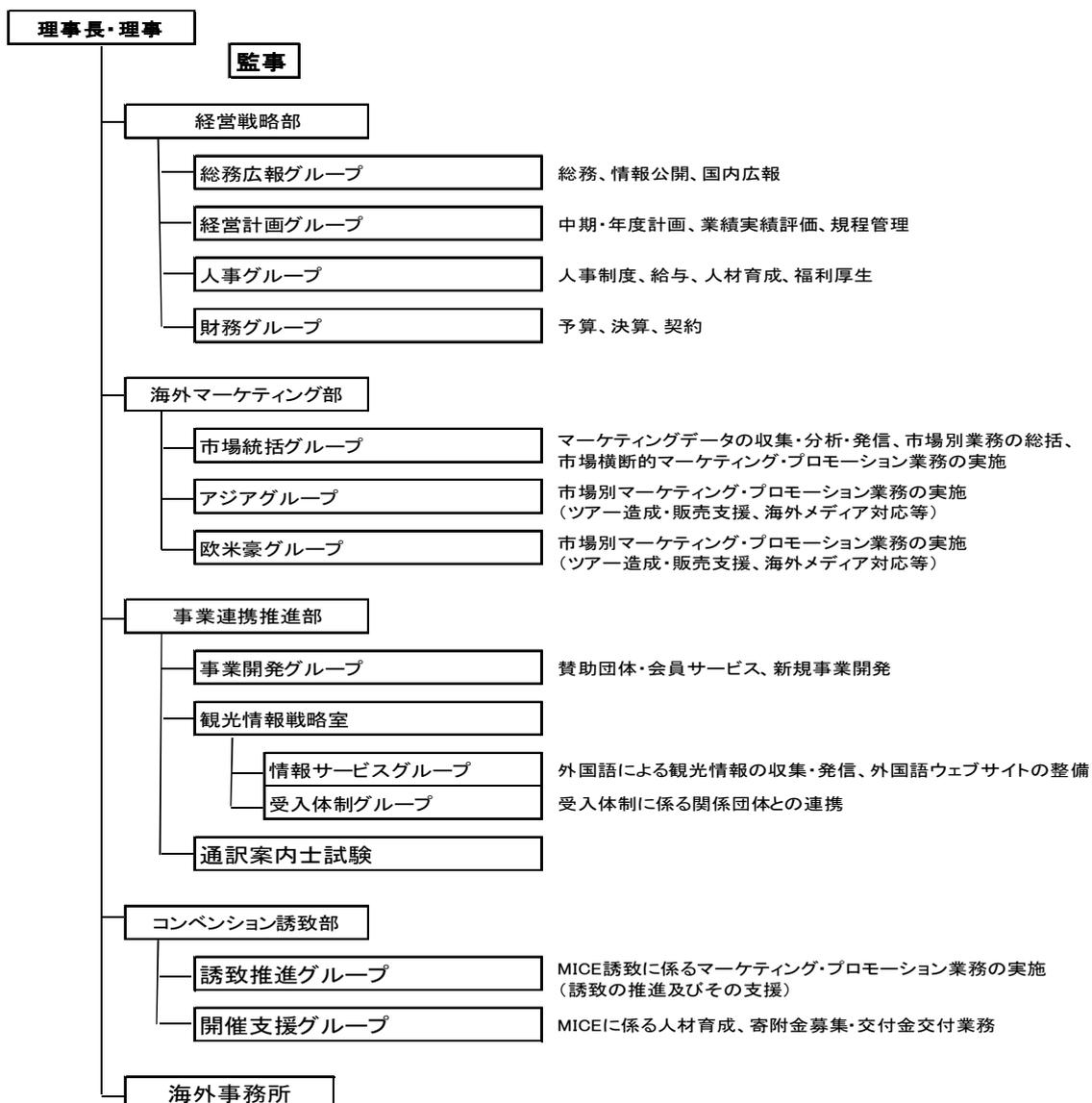
【平成20年4月以降の組織体制】



(組織改編のポイント)

- ※ 事業を行う事業本部と企画・管理業務を行う企画本部の2本部制を採用。各本部の本部長を理事が務め、責任体制を明確化。
- ※ 海外プロモーション部を事業別の組織から市場別の組織に再編するとともに、ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部事務局が発揮していた機能を承継。

【平成24年4月以降の組織体制】



（組織改編のポイント）

- ※ 海外事務所等に効率的・機動的に経営資源を配分できる体制を構築するため、管理部門を一元化し、経営戦略部を設置。
- ※ 地方公共団体・経済界との連携等によるプロモーション体制の強化に取り組むため、事業連携推進部を新設。
- ※ 市場分析・マーケティング機能を強化するため、海外マーケティング部に市場統括グループを新設。
- ※ WEBサイト等プロモーションと観光案内におけるICTの活用を強化するため、観光情報戦略室を設置。

◎ビジット・ジャパン・キャンペーン(VJC)への貢献

平成20年4月にVJC事務局機能を継承し、海外事務所ネットワークを通じて収集した海外訪日旅行市場の最新情報をVJC事業に迅速に反映させることが可能となった。観光庁、地方自治体、民間事業者等の関係者に積極的に情報を発信するとともに、事業提案を行い、効果的、効率的なVJC事業の実施に貢献した(平成20年度～平成22年度)。

平成23年度からは、「独立行政法人の事務・事業の見直しの基本方針」の指摘を踏まえ、ビジット・ジャパン(VJ)事業のプロモーションが現地密着型で効果的に実施されるよう必要な管理・監督業務を行った(平成23年度～平成24年度)。

◎海外事務所検証制度の導入

機構の重要な経営資源である海外事務所の適正な事業実施や運営・管理を確保し、中長期的な事務所配置の検討を行うため、海外事務所検証制度を平成21年度から導入した。マーケット情報の収集・分析、事業成果、事務所の運営・管理等に関する指標を設定し、毎年度厳格な評価を行うとともにその結果を翌年度の海外事務所運営へ反映し、運営の改善を図った(平成21年度～平成24年度)。特に、アジアの事務所の体制を強化すべく、中期目標期間中に、ソウル(1名)、バンコク(1名)、シンガポール(2名)の各事務所の常勤職員を増員した。

◎国際交流基金の海外事務所との共用化

「独立行政法人の事務・事業の見直しの基本方針」の指摘を踏まえ、平成23年7月～8月にかけて北京事務所及びバンコク事務所が国際交流基金(JF)の入居ビルへ移転し、施設の共用化を実現した(平成23年度)。

2) 次期中期目標期間における見直し

観光庁との役割分担の下、海外事務所を基盤とした業務へのより一層の重点化を図るべく、各海外事務所のこれまでの実績及び各国における訪日旅行に対する需要や海外旅行者数等を参考とした市場の将来性等を踏まえ、経営資源と権限の海外シフトを進める。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、国の外国人観光旅客誘致施策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。

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

◎ 部横断的なワーキンググループの設置

平成20年度に、機構の重要課題である「新規事業開発」、「管理会計システム」について、本部各部署の中堅・若手職員から成る部横断的なワーキンググループを立ち上げ、議論を行った。検討結果は提言として取りまとめられ、提言に基づき、平成21年度に会員制度の見直し、WEBサイトのバナー広告の導入、「管理会計システム」の導入等が実施された(平成20年度～平成21年度)。

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(4) 関係機関との連携強化

【中期目標】

日本貿易振興機構等の海外事務所をはじめ、内外の関係機関との連携を強化する。

【中期計画】

在外公館、日本貿易振興機構、国際交流基金等他の公的機関の海外事務所、民間企業の海外事業所等に対し、外国人旅行者の来訪促進事業についての理解が深まるように働きかけ、できる限り、広報宣伝・情報提供等の分野での協力を求める等、連携を強化する。また、国土交通省が諸外国の政府と連携して実施する国際観光協議について協力するとともに、他国の政府観光局等との連携・協調を図り、日本を含む複数国を訪れる旅行需要の喚起に努める。さらに、国内の関連団体との連携・協調を図る。

中期目標期間における取組及び次期中期目標期間における見通し

1) 中期目標期間における取組

在外公館、日本貿易振興機構(JETRO)、国際交流基金(JF)等他の公的機関の海外事務所、民間企業の海外事業所等に対し、外国人旅行者の来訪促進事業についての理解が深まるように働きかけ、連携を強化した。

また、国土交通省が諸外国の政府と連携して実施する国際観光協議への参加、他国の政府観光局等との連携・協調、国際関係団体との連携を行った。

<在外公館、日本貿易振興機構、民間企業、自治体との連携事業の例>



平成24年度「和味拉麵祭」(香港)

※ 在香港日本国総領事館、日本貿易振興機構との共催により、有名ラーメン店5店と全国9地域の出展する観光とラーメンをテーマにしたイベントを実施した。イベントの来場者は約1万6,000人のぼり、ラーメンを切り口として日本の観光魅力をPRした。

<民間企業等との連携事業の例>



平成23年度 ジャパン・ウィークにおける訪日観光宣伝（ニューヨーク）

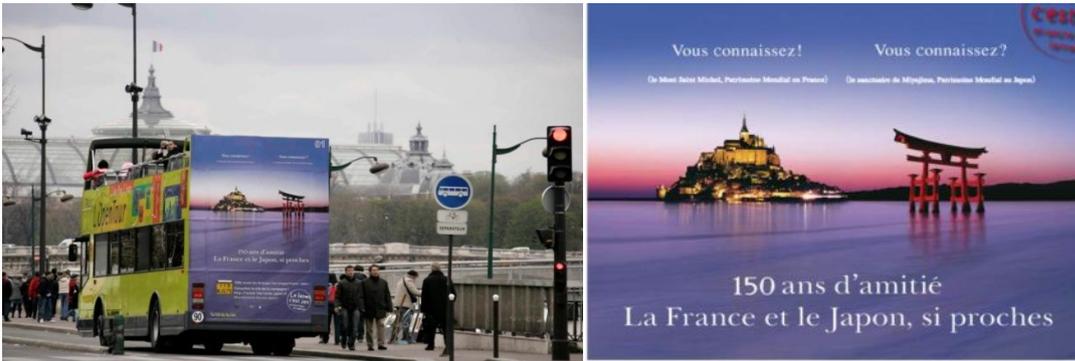
- ※ 「食」をテーマとするイベント「ジャパン・ウィーク」において、現地旅行会社、航空会社、地方自治体、食品関係企業等と共同でブース出展を、ラッピングバス広告等を実施し、オールジャパン体制で訪日観光の魅力を発信。



平成23年度 日本映画祭を契機とした国際交流基金との共同事業（豪州）

- ※ 国際交流基金との連携により、同基金が主催する日本映画祭のWEBサイトに上映映画のロケ地とその観光情報を提供する特設サイトを設置し、訪日観光のPRを実施。

<他国の政府観光局等との連携事業の例>



平成20年度 フランス政府観光局と共同で日仏観光交流年事業(フランス)

- ※ 日仏観光交流年事業として、フランス政府観光局と共通のビジュアルを活用した交通広告をはじめとした共同プロモーション事業を実施した。ビジュアルには日仏の「海に浮かぶ世界遺産」である厳島神社とモン・サン・ミシエルを使用した。

2) 次期中期目標期間における見通し

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。

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

◎国際交流基金の海外事務所との共用化

「独立行政法人の事務・事業の見直しの基本方針」の指摘を踏まえ、平成23年7月～8月にかけて国際交流基金の入居ビルへ移転した北京及びバンコク事務所においては、宣伝ツールラックの相互設置、国際交流基金の施設を活用した会議開催等、施設の共用化を活かした連携を行った(平成23年度～平成24年度)。

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(5) 随意契約の見直し

【中期目標】

国における見直しの取組等を踏まえ、「随意契約見直し計画」等に基づき、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。

【中期計画】

国における見直しの取組等を踏まえ、「随意契約見直し計画」等に基づき、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。

中期目標期間における取組及び次期中期目標期間における見直し

1) 中期目標期間における取組

国における随意契約の見直しの取組等を踏まえ、不断の見直しを行い、業務運営の効率化を図るとともに、以下の取組を通じて、一般競争入札の推進や、契約方法の見直し、情報公開の充実による競争性及び透明性の確保を図った。

<各年度の取組>

平成20年度

- ・随意契約について、平成19年12月に「随意契約見直し計画」を策定・公表し、その実施に取り組み、平成20年7月に見直し計画のフォローアップをWEBサイトにおいて公表。
- ・会計検査院からの指摘事項を踏まえ、以下の規程の改正等。
 - 包括的随意契約条項の削除。
 - 複数事業年度にまたがる契約についての条項を追加。
 - 「一般競争入札(総合評価落札方式)に関する基本指針」の策定。
- ・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。
- ・実質的な競争性の確保を図るため、企画競争・参加者の有無を確認する公募を行う場合についての基本的な指針を作成。
- ・1者応札・1者応募の改善方策について、WEBサイトにおいて公表。

平成21年度

- ・随意契約について、平成19年12月に「随意契約見直し計画」を策定公表し、引き続きその実施に取り組み、平成21年7月に見直し計画のフォローアップをWEBサイトにおいて公表。
- ・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。
- ・1者応札は当該年度0件であったものの、公告期間を出来る限り長く設定する、仕様書作成については業務内容の具体的かつ詳細化、入札参加資格等の応募要件について競争を制限することのないよう十分留意する等の1者応札・1者応募の改善方策について、WEBサイトにおいて公表。
- ・「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、入札及び契約の手続等の透明性を確保し、公正な競争を促進するため、平成21年12月に契約監視委員会を設置。(この委員会において、個別の契約状況についての点検、見直しを行い、その結果、報告の内容、又は審議を行った対象契約に係る理由及び経緯等に不適切な点、又は改善すべき点があると認めるときは、必要な範囲で、理事長に対し意見の具申、又は勧告を行うことができるとされているとともに、その内容を公表することとしている(第1回契約監視委員会を平成22年2月に開催)。)

平成22年度

- ・平成22年6月に「随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み、平成23年3月に平成21年度における見直し計画のフォローアップをWEBサイトにおいて公表。
- ・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。
- ・平成23年2月に第2回契約監視委員会開催。

平成23年度

- ・平成22年6月に「随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み、平成23年8月に平成22年度における見直し計画のフォローアップをWEBサイトにおいて公表。
- ・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。
- ・平成23年12月に第3回契約監視委員会開催。

平成24年度

- ・平成22年6月に「随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み、平成24年8月には平成23年度における見直し計画のフォローアップをWEBサイトで公表。
- ・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。
- ・平成24年8月に第4回契約監視委員会を開催。

【契約件数及び契約金額の状況】

(単位:件、百万円)

	平成20年度		平成21年度		平成22年度		平成23年度		平成24年度		(参考)見直し計画	
	件数	金額	件数	金額								
競争入札等 ①	24	234	25	72	20	130	19	102	17	91	25	236
企画競争・ 公募 ②	9	55	12	72	10	72	12	68	10	66	10	58
競争性の ある契約 ③=①+②	33	289	37	144	30	202	31	170	27	157	35	293
競争性のない 随意契約 ④	25	320	17	395	15	198	12	178	11	164	23	315
合計 ⑤=③+④	58	609	54	539	45	401	43	348	38	321	58	609

※1 「競争入札等」には不落・不調の随意契約(平成21年度1件、1百万円/平成22年度1件、1百万円)を含む。

※2 計数について、単位未満四捨五入の関係で、各項目の合計が合計欄の計数と一致しない箇所がある。

※3 「(参考)見直し計画」の計数は、平成22年6月に策定・公表した「随意契約見直し計画」の計数である。

2) 次期中期目標期間における見直し

「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。

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

なし

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(6)民間からの出向者等の活用

【中期目標】

ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部事務局の機能を確実に承継するとともに、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。

【中期計画】

海外宣伝業務担当部門を中心に、民間からの出向者や中途採用者の積極的な活用を図るとともに、海外事務所においては、現地採用職員の積極的な活用を図る。また、地方自治体等からの有能な人材の登用も行い、他機関との連携強化による効率的な業務運営を図る。

中期目標期間における取組及び次期中期目標期間における見通し

1) 中期目標期間における取組

地方自治体・観光関連事業者等から職員の受入れを実施し海外宣伝業務担当部門、国際会議等の誘致・開催支援業務を中心に経験豊富な人材の活用に取り組んだ。

また、民間企業等で業務経験を有する者の中途採用を実施し、20年度に3名、22年度に2名の職員を採用した。

【地方自治体・観光関連事業者からの新規受入れ実績】

平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
9名	11名	9名	11名	8名

※派遣継続による要員交替を含む。

海外事務所においては、平成20年度にトロント事務所において、平成21年度にロサンゼルス事務所、ソウル事務所において、現地任用職員を組織管理にかかわる役職に抜擢する等、現地任用職員の活用を図った。

2) 次期中期目標期間における見通し

現地採用職員については、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。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。

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

なし

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(7) プロパー職員の育成等

【中期目標】

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。また、国からの出向者については、プロパー職員の育成状況等を踏まえ、段階的に受入れを縮小するものとする。

【中期計画】

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。

職員個々の能力と実績に基づいた適切な人事考課を実施し、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、可能な限り人事考課を実施する。

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、プロパー職員が国際観光振興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、国からの出向者については、プロパーの育成状況等を踏まえ、段階的に受入れを縮小するものとする。

中期目標期間における取組及び次期中期目標期間における見通し

1) 中期目標期間における取組

- ・ 本部採用職員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るための研修や奨学金の支給を行い、職員の能力開発・向上を支援した(平成20年度～平成24年度)。

【研修及び奨学金の支給実績】

年度	研修実績	奨学金支給実績
平成20年度	英語プレゼンテーション研修等19種類	外国語習得10名
平成21年度	内部統制・コンプライアンス総合研修等26種類	外国語・簿記習得10名
平成22年度	上級管理職研修等18種類	外国語習得5名
平成23年度	調査統計資料説明会等19種類	外国語・PCスキル習得6名
平成24年度	会計実務研修等16種類	外国語・簿記習得10名

- ・ 本部採用の全職員を対象に、業務実績、能力、業務に対する姿勢を評価項目として人事評価を行い、その結果を処遇に反映すると共に、適材適所の人員配置を実施した。また、海外事務所の現地採用職員についても同様の人事評価を行い、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(平成20年度～平成24年度)。
- ・ プロパー職員を中核とした体制を強化するため新卒採用を実施し、海外勤務の適性や語学等の専門能力を勘案し、国内外での多様な業務に従事する総合職職員として、毎年度平均3名を採用した。
- ・ 海外事務所における国からの出向者については、プロパー職員への振替等により、平成20年度当初の12名から平成24年度末には8名となり、中期目標期間中に計4名を縮小した。

【各年度における国からの出向者の受入れの縮小】

平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
△1名	△5名	0名	0名	+2名

2) 次期中期目標期間における見通し

引き続き職員の採用・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。

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

なし

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(8)内部統制の充実

【中期目標】

内部規程の整備、職員に対する周知等により、内部統制の充実を図る。

【中期計画】

組織規程等について、必要に応じて適切に見直しを行うとともに、職員等に対する周知を徹底する。

中期目標期間における取組及び次期中期目標期間における見通し

1) 中期目標期間における取組

内部統制の充実のために以下の取組を行った。

◎規程の整備と研修を通じた職員等への周知徹底

コンプライアンス体制の整備のため、組織運営、労務管理、文書管理、情報公開等に関する規程を定め、その見直しを随時行った(平成20年度～平成24年度)。また、新規メンバーに対するオリエンテーションや業務研修等を通じて職員等に対する規程の周知を図った(平成20年度～平成24年度)。特に平成21年度から平成23年にかけては、内部統制・コンプライアンスに係る総合研修を毎年実施し、その周知徹底を図った(平成21年度～平成23年度)。

◎危機管理体制の整備

平成23年度には、タイ・バンコクにおける水害の発生を契機に、機構の海外での危機管理マニュアルを新規に作成し、今後の不測の事態への対応を整備した(平成23年度)。

さらに、平成24年度には、震度6弱以上の地震を想定リスクとし、職員及びその家族の安全を確保しつつ、最低限必要な機構の業務を継続することを目的とした、事業継続計画(BCP)を策定した(平成24年度)。

◎理事会の開催

理事会を定期的に開催し、理事長をはじめとした役員で重要な情報を共有し、審議事項については議論の上、意思決定した。理事会の議事録は役職員に配信し、周知した(平成20年度～24年度)。

◎法人のビジョン、ミッションの徹底

役職員のネームカードの裏面に、法人のビジョンとミッションを記載し、周知徹底した(平成20年度～平成24年度/平成22年度にビジョン、ミッションを改訂)。

◎有識者会議の開催

外部有識者による事業評価の一環として、各業界団体有識者を委員とする「JNTO特別顧問会議」と、在日外国人有識者、マスコミの論説委員等からなる「JNTOアドバイザリー・コミッティー」を設置し、各委員より、機構の活動について提案・助言を得た(平成20年度～平成24年度)。

◎監事監査の実施

内部統制のモニタリングのために本部、海外事務所の監事監査を実施した。結果については理事長に報告するとともに、前年度の監査結果に対するフォローアップを行い、業務改善の徹底を図った(平成20年度～平成24年度)。

◎顧客満足度調査(CSI調査)の実施と業務改善

平成21年度には、機構の賛助団体・会員及び事業パートナーである地方自治体、旅行関係事業者等に対し、機構が提供するサービスや組織運営に関する満足度を把握するための調査を実施し、調査結果に基づく業務の改善を行った(回答者数:417団体、519人、回収率:47.4%/総合評価として回答者の82.1%が「JNTOの活動を評価している」と回答)。

◎機構の今後のあり方に関する検討会の開催

限られた経営資源を戦略的に活用し、より一層効果的・効率的に業務を展開するため、組織上・業務上の重要課題等について、役員及び幹部職員による意見交換を行う場として、「JNTOの今後のあり方に関する検討会」を平成23年度に設置した。「東日本大震災後の回復に向けた海外プロモーションのあり方」等のタイムリーな重要課題をテーマとして設定し、開催に当たっては職員からの意見を募集し、議論に反映させた(平成23年度～24年度)。

2) 次期中期目標期間における見通し

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、改善を行うとともに、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。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。

「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。

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

なし

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(9)活動成果の明確化

【中期目標】

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、業務実績やセグメント情報等の公表の充実を図るとともに、機構の活動成果がより明確となるようなアウトカム指標の設定に向けた取組を実施する。

【中期計画】

機構に対する国民の信頼を確保するという観点から、事業成果に関して業務実績報告書及び年次報告書においてとりまとめるとともに、それらを機構のWEBサイトで公開する。

その際、外国人旅行者の増減要因を分析するとともに、国の政策目標である外国人旅行者の増加への貢献を始めとする機構の活動成果がより明確となるよう、諸外国の政府観光局の事例研究、サービスの満足度の測定等を実施し、アウトカム指標の設定に向けた取組を着実に推進する。

海外事務所に関しては、事務所ごとに、その活動内容や事業の成果を報告する。その際は、事務所ごとの活動内容を示す明確な指標を設定するとともに、経年変化も踏まえた具体的かつ定量的な報告となるよう努める。

中期目標期間における取組及び次期中期目標期間における見通し

1) 中期目標期間における取組

活動成果の明確化のために以下の取組を行った。

◎WEBサイト等での事業成果の公開

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、業務にかかわる成果や実績については、業務実績報告書、年次報告書にとりまとめ、機構の中期計画、年度計画、財務諸表等とともに、WEBサイトで公開した(平成20年度～平成24年度)。

また、プレスリリースや機構の会員向けニュースレター「JNTOニュースフラッシュ」を通じ、海外事務所が実施する事業の報告に努めた。訪日外国人旅行者の増減要因については、月例の訪日外客数の発表に際し、本部及び海外事務所が分析を行い、結果を報道資料として発表した(平成20年度～平成24年度)。さらに、平成24年度からは、賛助団体・会員を対象とする業務報告会を開催し、事業成果の報告の充実に努めた。

◎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、国内広報に積極的に取り組んだ。具体的には、報道資料の発表(国交省記者クラブへの投げ込み、機構が保有する国内メディアのメーリングリストへのEメール送信、WEBサイトでの公開)に加え、記者会見の開催、テレビ・一般紙・旅行業界紙誌のインタビューへの対応、役職員による外部での講演や寄稿にも積極的に取り組んだ(平成20年度～平成24年度)。

【国内広報の取組】

(件)

年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
報道発表 件数	52	39	45	48	31
役職員の 講演実績	59	85	54	65	44

◎アウトカム指標の設定に向けた取組

諸外国の政府観光局の事例研究、平成21年度に実施した顧客満足度調査(CSI調査)等の機構のサービス満足度の測定結果を踏まえ、第3期中期計画においては、以下の項目を機構の業務に関するアウトカム指標として設定した(平成20年度～24年度)。

- ・ 事業パートナーに対する職員による面談方式の個別コンサルティング件数
- ・ 事業パートナーに対する満足度調査結果(4段階評価で上位2つの評価を得る割合)
- ・ 機構のWEBサイトのアクセス数
- ・ 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
- ・ 機構のツーリスト・インフォメーション・センター(以下、「TIC」という。)による情報提供件数
- ・ 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(企業報奨旅行)への外国人参加者
予定数

◎海外事務所活動内容等の報告

海外事務所ごとの活動内容や事業成果については、訪日旅行商品の造成・販売支援事業、国際会議の誘致・開催支援事業の具体的な事例や実績を業務実績報告書に記載した他、海外事務所ごとの「ニュースレターの発行件数」、「セミナーの開催件数・人数」、「旅行会社施設受入件数・人数」、「メディア訪日取材支援件数・人数」を経年で定量的に把握し、業務実績報告書に記載した(平成20年度～24年度)。

2) 次期中期目標期間における見通し

機構の取組や業務成果を幅広く発信し、各事業の必要性・効率性等の評価に資するため、市場別プロモーション方針・事業計画概要、事業・活動の成果物等の公表の充実を図るとともに、統計・マーケティングデータ等保有資料・データの公開やウェブサイトの内容の充実を図ることにより、情報公開・発信を積極的に推進する。

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

なし

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目標を達成するためとるべき措置

(1)海外宣伝業務

>① 海外マーケット情報の収集・調査・分析・提供 <

【中期目標】

海外事務所の機能を最大限活用し、海外の市場動向等の情報を積極的に収集することにより、調査・分析・研究業務を充実するとともに、その結果について、事業パートナーと適切に情報共有を行い、事業パートナーに対するサービスの向上を図る。また、市場ごとに、海外の市場動向等の情報に基づく効率的・効果的な事業計画を策定・公表し、日本の観光魅力の発信や現地旅行会社へのプロモーション活動等の取組を強力に推進する。

【中期計画】

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収集・分析し、最新の各市場での情報や分析結果を出版物、セミナー等により、事業パートナー等へ提供する。

数値目標

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「役に立つ」という回答が平均して7割を上回ることを目指す。

中期目標期間における取組及び次期中期目標期間における見通し

1) 中期目標期間における取組

出版物、セミナー、メールマガジン等の様々な取組を通じて、機構の海外事務所のネットワークを活用して収集・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た。その結果、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「役に立つ」という回答は各年度を通じて98%~100%となり、中期計画の数値目標である平均7割を大きく上回った。

【事業パートナーの調査結果】

	20年度		21年度		22年度		23年度		24年度	
満足度 (※1)	100%	【参考】 内訳(※2)	100%	【参考】 内訳(※2)	98%	【参考】 内訳(※2)	98%	【参考】 内訳(※2)	100%	【参考】 内訳(※2)
		25%		31%		28%		31%		
		63%		43%		54%		52%		
		12%		26%		16%		15%		
目標	「役に立つ」という回答が7割以上									

※ 1 各年度のインバウンド旅行振興フォーラムにおけるアンケート調査(平成20年度～平成24年度)、顧客満足度調査(CSI調査)(平成21年度)、個別相談会におけるアンケート調査(平成23年度～平成24年度)における「役に立つ」の回答の平均値。

※ 2 インバウンド旅行振興フォーラムにおけるアンケート調査(平成20年度～平成24年度)における「大変役に立った」、「役に立った」、「まあまあ役に立った」の各回答の内訳。

【市場情報提供の実施状況】

資料・事業名	時期	内容
インバウンド旅行振興フォーラムの実施	平成21年2月6日 平成22年2月5日 平成23年2月3日、4日 平成24年2月2日、3日 平成25年1月31日、2月1日	<イベント・セミナー> 参加者と海外事務所長等が事前予約制で個別に面談する個別相談会と、セミナー形式の市場説明会を東京にて実施。
個別相談会の実施	平成20年10月17日 平成21年9月8日 平成22年9月6日、7日 平成23年9月5日、7日 平成24年9月3日、5日	<イベント・セミナー> 機構の賛助団体・会員を対象に参加者と海外事務所長等が事前予約制で個別に面談する個別相談会を実施。
訪日旅行誘致ハンドブックの発行	平成23年3月 平成24年3月 平成25年3月	<出版物> 訪日外国人旅行者の誘致戦略立案に必要な各国市場のデータ及び動向分析をまとめたハンドブックを発行。
日本の国際観光統計の発行	平成20年7月 平成21年6月 平成22年7月 平成23年7月 平成24年12月	<出版物> 年間の訪日外客数・出国日本人数に関する統計資料を発行。
国際観光白書の発行(※)	平成20年9月	<出版物>

	平成21年9月 平成22年9月	国際観光に関する白書を発行。
訪日外客訪問地調査の実施及び報告書の発行(※)	平成21年3月 平成22年7月 平成23年3月	<出版物> 訪日外国人の国内訪問地等に関する調査を実施。
訪日外客消費動向調査の実施及び報告書の発行(※)	平成21年3月	<出版物> 訪日外国人の消費額等に関する調査を実施。報告書を発行。
ニュースフラッシュ	平成20年度 49回発信 平成21年度 51回発信 平成22年度 53回発信 平成23年度 56回発信 平成24年度 56回発信	<週刊メールマガジン> 主要訪日旅行市場の最新動向レポートをメールマガジン形式で原則毎週金曜日に発行。

※ 「独立行政法人の事務・事業の見直しの基本方針」を踏まえ、平成22年度をもって国際観光白書の発行、訪日外客訪問地調査の実施及び報告書の発行、訪日外客消費動向調査の実施及び報告書の発行については、観光庁に一元化した。

2) 次期中期目標期間における見通し

引き続き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・分析し、その結果について、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。特に、事業パートナーに対する、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については、年間延べ1,500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。

事業パートナーに対する調査においては、こうした個別コンサルティングを含め、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(指標の明確化)。

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

なし

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目標を達成するためとるべき措置

(1)海外宣伝業務

>② 訪日外国人旅行者誘致のための事業<

ア 事業計画の策定

【中期目標】

海外事務所の機能を最大限活用し、海外の市場動向等の情報を積極的に収集することにより、調査・分析・研究業務を充実するとともに、その結果について、事業パートナーと適切に情報共有を行い、事業パートナーに対するサービスの向上を図る。また、市場ごとに、海外の市場動向等の情報に基づく効率的・効果的な事業計画を策定・公表し、日本の観光魅力の発信や現地旅行会社へのプロモーション活動等の取組を強力に推進する。

【中期計画】

我が国の観光魅力を海外に発信し、訪日旅行の需要を喚起するとともに、訪日旅行商品の開発・販売を支援する事業を効果的・効率的に実施するため、海外事務所が入手する情報や、本部が実施する調査結果等を活用し、各市場の具体的なプロモーションの事業計画を策定する。

事業実施に当たっては、機構が、民間事業者、地方自治体等との間のコーディネート機能を主導的に発揮し、事業の効果的実施を図る。

中期目標期間における取組及び次期中期目標期間における見通し

1) 中期目標期間における取組

日本の観光魅力を海外に発信し、訪日旅行の需要を喚起するとともに、訪日旅行商品の開発・販売を支援する事業を効果的・効率的に実施するため、各市場別のプロモーション事業計画を策定し、公表した(平成20年度～24年度)。事業の実施に当たっては、民間事業者、地方自治体等とのコーディネート機能を主導的に発揮し、事業の効果的実施を図った。(民間事業者、地方自治体等と連携した事業の例については、1.(4)関係機関との連携強化に記載の通り。)

2) 次期中期目標期間における見通し

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に機動的に収集・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海外現地における事業実施の推進機関として、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。

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

なし

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目標を達成するためとるべき措置

(1)海外宣伝業務

>② 訪日外国人旅行者誘致のための事業<

イ 広告宣伝・メディア広報事業

【中期目標】

海外事務所の機能を最大限活用し、海外の市場動向等の情報を積極的に収集することにより、調査・分析・研究業務を充実するとともに、その結果について、事業パートナーと適切に情報共有を行い、事業パートナーに対するサービスの向上を図る。また、各市場ごとに、海外の市場動向等の情報に基づく効率的・効果的な事業計画を策定・公表し、日本の観光魅力の発信や現地旅行会社へのプロモーション活動等の取組を強力に推進する。

【中期計画】

各市場のターゲット・セグメントに対する広告宣伝事業では、様々なメディア媒体（WEB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あげるよう努力する。

特に、WEBサイトを最も重要なマーケティング手段として位置づけ、WEBサイトの効率的・効果的な活用を図るとともに、一般消費者、旅行会社、メディア等からの問合せに対してもWEBサイトを最大限活用し、良質の情報を効率的に提供する。

また、訪日旅行者及び海外送客事業者を対象とする情報コンテンツや機能の拡充（訪日旅行者に関心の高い「食」や「ショッピング」等に関する実用情報、ユーザー参加型機能、言語追加、動画ライブラリ整備等）を行う。

メディア広報事業については、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、WEB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訪日取材を働きかける。

訪日取材に際しては、国内マーケットのニーズやツアー造成事業に連動した適切な取材対象の選定、国内旅行関連業界との協力による取材先のアレンジ、取材経費の一部負担の支援等を行うことにより、より訪日促進効果の高い記事掲載を促すとともに、WEBサイトへの誘引を働きかける。

数値目標

中期計画期間中に、機構のWEBサイトのアクセス数を1億ページビューにする。

中期目標期間における取組及び次期中期目標期間における見通し

1) 中期目標期間における取組

WEBサイトの機能・コンテンツの拡充を図るとともに、サイトの多言語化、SNS（Facebook、新浪微博）の活用、スマートデバイスへの対応を進め、効果的、効率的な情報発信を行った。

また、旅行目的地としての「日本」の認知度を向上させるため、各海外事務所では、市場のニーズに合わせて、ニュースレターを作成し、メディア関係者に随時発信するとともに、WEBサイトにメディア向けのコンテンツを掲載し訪日取材を働きかけた。また、海外の有力新聞・雑誌、テレビ等のメディア関係者に対して、適切な取材対象についての情報提供、国内旅行関連業界との協力による取材先のアレンジ、

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、WEBサイトへの誘引を働きかけた(平成20年度～平成24年度)。

これらの取組の結果、平成24年度の機構のWEBサイトのアクセス数は、中期計画の数値目標である1億ページビューを大幅に上回り、3億2,660万ページビューとなった。

◎WEBサイトによる情報発信の取組

<各年度の取組>

平成20年度

- ・情報提供言語の拡充: ポルトガル語、ロシア語WEBサイトを整備し、訪日旅行情報の発信を開始。
- ・YouTubeとの連携: 動画投稿サイト「YouTube」に、公式チャンネル「Visit Japan Channel」を開設し、ビジット・ジャパン・キャンペーン(VJC)や地方公共団体等製作の観光動画コンテンツを掲載。
- ・フォトライブラリーの充実: 地方自治体等と連携し、フォトライブラリー掲載画像を大幅拡充(以後、毎年1,000以上の画像を追加)。

平成21年度

- ・情報提供言語の拡充: スペイン語、イタリア語WEBサイトを整備し、訪日旅行情報の発信を開始。
- ・地図の多言語化: 訪日旅行者向け地図の表記を、5言語(英語、韓国語、中国語繁体字、中国語簡体字、日本語)に拡充。
- ・乗換案内機能の提供: 主要観光施設の最寄り駅間の移動路線、乗換駅、料金、所要時間等のウェブ検索サービスを、4言語(英語、韓国語、中国語繁体字、中国語簡体字)で提供開始。
- ・SNSを通じた情報発信: 米国、シンガポール市場向けのFacebookページを開設。

平成22年度

- ・飲食店検索機能の提供: (株)ぐるなびと連携し、4言語(英語、中国語繁体字、中国語簡体字、韓国語)表記の飲食店情報検索システム「Japan Restaurant Search」の運用を開始。
- ・宿泊施設検索機能の機能拡張: 表示言語を英語、韓国語、中国語繁体字、中国語簡体字に拡張するとともに、温泉・送迎有無等の検索条件拡充、地図表示対応等の利用者機能を拡充。
- ・SNSを通じた情報発信: カナダ、英国、タイ、香港市場向けのFacebookページを開設。

平成23年度

- ・情報提供言語の拡充: アラビア語、中国語繁体字(台湾正體版)のWEBサイトを整備し、訪日旅行情報の発信を開始。
- ・SNSを通じた情報発信: ドイツ、豪州、インド、韓国、台湾、グローバル版のFacebookページを開設。中国向けには「新浪微博」に北京、上海各地域向けの独自サイトを開設。
- ・スマートデバイス対応: 訪日旅行者のニーズが高い宿泊施設や飲食店の検索サービスをスマートデバイス向けに提供開始。

平成24年度

- ・SNSを通じた情報発信：世界13カ所のFacebookページ、中国向けの「新浪微博」を通じて、写真を活用した日本の多様な観光魅力、市場に応じたタイムリーな情報を日替わりで情報発信。
- ・ウェブマガジンの発行：「日本の今」を伝える旬な情報や日本ならではのクールでユニークなテーマの特集記事を英語、繁体字(香港)、繁体字(台湾)、簡体字、韓国語の5言語で毎月発行。
- ・スマートデバイス対応：旅行者が1人歩き可能なウォーキングガイドコンテンツを45コース整備し、平成24年10月に開催された国際通貨基金(IMF)・世界銀行総会向けにも提供。

◎メディア等を通じた広報の取組

<メディアの取材支援の成果例>



平成23年度 タイ高級婦人雑誌「Praew」招請
 ※ タイの国民的俳優・歌手バード・トンチャイ氏を日本に招請。高級婦人雑誌に36ページの日本特集が掲載された。

平成23年度 フランス「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン」改訂第2番発行支援
 ※ フランスの有力ガイドブックの全面改訂にあたり、企画提案、訪日取材の斡旋、掲載情報のチェック等を支援。新たに熊野古道、知床国立公園、摩周湖、阿寒湖が「わざわざ旅行する価値がある」を意味する三つ星(★★★)とされる等、掲載地の認知度向上に大きく貢献。

【機構のWEBサイトのアクセス数】

(単位:ページビュー)

年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
目標	6,000万	7,200万	1億4,800万	1億7,500万	2億7,200万
実績	6,765万	1億870万	1億6,890万	2億1,900万	3億2,660万

2) 次期中期目標期間における見通し

インターネットによる情報発信については、次期中期目標期間中に、機構が運営するウェブサイトのアクセス数を年間6億ページビューにする。

また、メディア広報については、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。

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

◎東日本大震災に関連した訪日外国人旅行者等に対するWEBサイト上での情報発信

東日本大震災発生時には、震災発生当日から、国内の外国人旅行者や海外に対し、災害の状況や対応方法を知らせるポータルサイトを立ち上げ、英語、中国語(簡体字・繁体字)、韓国語の4言語で気象庁の地震津波情報、東北や関東を中心とした交通情報、計画停電情報、多言語での各種相談窓口情報等を提供した(平成22年度)。

さらに、震災発生後1カ月を契機に、サイトを再構築し、地図を使った災害関連状況、世界主要都市と東京の放射線量の比較、水や食の安全性等に関する広報資料、震災後に訪日旅行を楽しんでいる外国人旅行者からのコメント等を動画で視覚的に紹介した「Japan Now on Video」等の情報の提供を通じて、被災後の日本についての誤解を招くイメージの払拭に努めた(平成23年度)。

◎メディア向け広報活動の実績

機構によるメディア向け広報活動の成果として、5年間で合計1万752件のテレビ放映や記事掲載につながり、旅行目的地としての日本の認知度向上に貢献した。

【メディア向け広報活動の成果として記事・番組の掲載・発行件数】

(単位:件)

年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
記事・番組の 掲載・発行件数	2,099	2,198	2,245	2,148	2,062

【海外事務所によるニュースレター類の発行件数】

(単位:件)

年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
発行件数	186	220	561	380	394

【海外事務所によるメディア招請人数】

(単位:人)

年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
人数	460	439	631	683	706

◎(社)日本産業広告協会が主催する2008年度「日本B to B広告賞」ウェブサイト部門において、機構WEBサイト英語版、中国語(繁体字、簡体字)版が銀賞を受賞した(平成20年度)。

◎韓国で最も評価の高い業界向け媒体である『旅行新聞』が主催し、業界キーパーソンの投票で選定する『2012真のパートナー観光局』の1位に機構が選出された(平成24年度)。

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目標を達成するためとるべき措置

(1)海外宣伝業務

>② 訪日外国人旅行者誘致のための事業<

ウ 訪日旅行商品の造成・販売支援

【中期目標】

海外事務所の機能を最大限活用し、海外の市場動向等の情報を積極的に収集することにより、調査・分析・研究業務を充実するとともに、その結果について、事業パートナーと適切に情報共有を行い、事業パートナーに対するサービスの向上を図る。また、市場ごとに、海外の市場動向等の情報に基づく効率的・効果的な事業計画を策定・公表し、日本の観光魅力の発信や現地旅行会社へのプロモーション活動等の取組を強力に推進する。

【中期計画】

海外の旅行会社の訪日旅行商品造成を支援するため、情報提供・コンサルティング、旅行博覧会や展示会等への出展、有力旅行会社の日本への招請、日本における商談会の開催等の支援を行う。また、民間競争入札の導入等により、可能な限り民間委託を推進するとともに、一般消費者向けに日本の観光宣伝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。

また、機構が主催する研修・セミナーの実施、現地旅行会社との共同広告、有力な訪日旅行販売担当となる可能性のあるJTS(Japan Travel Specialist)育成事業等により現地旅行会社の訪日旅行商品販売活動を支援する。

数値目標

中期目標期間中に、機構が造成・販売支援を行った旅行商品により訪日した外国人旅行者の数を60万人とする。

中期目標期間における取組及び次期中期目標期間における見通し

1) 実績値

【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】

(単位:人)

年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
目標	485,000	495,000	518,000	513,000	600,000
実績	478,281	499,898	656,788	459,709	648,723

2) 中期目標期間における取組

◎海外の旅行会社による訪日旅行商品の造成・販売支援

情報提供・コンサルティング、旅行博覧会や展示会等への出展、有力旅行会社の日本への招請、日本における商談会の開催等の支援を通じて、海外の旅行会社の訪日旅行商品造成を支援した。また、研修・セミナーの実施、現地旅行会社との共同広告、有力な訪日旅行販売担当となる可能性のあるJTS (Japan Travel Specialist) 育成事業等により現地旅行会社の訪日旅行商品販売活動を支援した(平成20年度～平成24年度)。

こうした取組の結果、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平成22年度に65万6,788人、平成24年度に64万8,723人となり、中期計画における数値目標である60万人を達成した。

<旅行博出展・セミナー開催事業の例>



平成23年度 SATTE 2012, OTM 2012出展、訪日セミナー開催(デリー、ムンバイ)

<旅行会社の販売支援事業の例>



平成24年度 中国・旅行会社販売支援事業

※ 訪日旅行商品セールスコンテストを実施し、売上上位者を日本に招請の上、表彰。セールスコンテスト実施期間中のコンテスト参加旅行会社の商品販売は例年に比べ14%～65%増加。

<現地旅行会社との共同広告事業の例>



平成23年度 韓国・共同広告事業

※ 震災後の訪日旅行市場の回復を図るべく、現地旅行会社と共同でテレビショッピング広告を実施。九州、関西、北海道に1万人を送客。

<JTS(Japan Travel Specialist)育成事業例>

中国、米国、英国、ドイツ(以上平成20年度～平成24年度)、フランス、カナダ(以上平成21年度～平成24年度)、豪州、ロシア(平成23年度～平成24年度)の8市場において、旅行会社の販売担当者が、インターネットを通じて訪日旅行を販売するために必要な知識を習得できる「Eラーニング事業」を実施した。

【海外事務所によるセミナーの開催件数】

(単位:件)

年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
開催件数	55	75	87	92	115
参加人数	3,978	4,905	4,988	5,323	5,781

【海外事務所による現地旅行会社の視察受入調整数】

(単位:人)

年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
受入数	720	583	819	1,260	622

3) 次期中期目標期間における見通し

引き続き、現地有力旅行会社キーパーソンへの日本への招請、日本における商談会の開催等による訪日旅行商品の造成支援、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)育成事業等による訪日旅行商品の販売支援を行うとともに、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等に取り組み、次期中期目標期間中に、機構が造成・販売支援を行った旅行商品により訪日した外国人旅行者の数を年間90万人とする。

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

◎民間競争入札の実施

公共サービス改革基本方針に従い、平成22年1月にマドリードで開催されるスペイン最大の旅行博覧会FITUR2010への日本ブース出展事業(海外旅行博覧会出展事業)の民間競争入札を平成20年12月に実施した。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する目標を達成するためとるべき措置

(2)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<

【中期目標】

観光案内所の整備支援事業や通訳案内士試験業務について、地方自治体や関係団体、外国人旅行者等のニーズの把握に努めるとともに、ニーズに応じた効率的・効果的な事業の展開を図る。

【中期計画】

外国語対応可能な観光案内所の整備を支援するために、機構のビジット・ジャパン案内所に加入した観光案内所に対し外国人対応に関するノウハウを提供する等の支援を行い、観光立国推進基本計画に掲げられている「平成23年度までにビジット・ジャパン案内所の数を300箇所とする」目標の実現に国土交通省と協力して取り組むとともに、案内所の提供するサービスの質の向上に努める。

ビジット・ジャパン案内所指定・支援業務については、地方運輸局や地方自治体、業界団体等関係機関との役割分担や各案内所に求められるサービス内容を踏まえ、中期目標期間終了時までには事業の在り方を検討する。

ツーリスト・インフォメーション・センター(以下、「TIC」という。)は、TICを利用する訪日外客の動向、ニーズ等に関する情報を随時把握し、TICに求められるサービス内容を踏まえつつ、その情報を海外宣伝事務所、地方公共団体、民間事業者等にフィードバックするためのアンテナショップとしての機能を積極的に果たしていく。また、TICは最新日本観光情報の収集・整備を行い、海外事務所及びTICを訪れる外国人旅行者や、ビジット・ジャパン案内所に提供する情報収集整備機能を果たす。

中期目標期間における取組及び次期中期目標期間における見通し

1) 中期目標期間における取組

以下のような取組を行った。

◎ビジット・ジャパン案内所ネットワークの充実とサービスの質の向上に向けた取組

外国語対応可能な観光案内所の整備を支援するために、観光立国推進基本計画に掲げられている「平成23年度までにビジット・ジャパン案内所の数を300箇所とする」目標の実現に国土交通省と協力して取り組んだ結果、平成22年度の指定案内所数は306箇所となり、目標を達成した。(さらに平成23年度には313箇所に増加。)

【「ビジット・ジャパン案内所」指定実績】

(単位:件)

年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
指定案内所数	232	253	306	313	342

※ 指定案内所数は各年度末の数値。

※ 平成24年度は「外国人観光案内所の設置・運営のあり方指針(平成24年1月)」に基づく新たな外国人観光案内所認定制度における認定件数。

機構のビジット・ジャパン案内所に加入した観光案内所に対して以下のような取組を通じて外国人対応に関するノウハウを提供する等の支援を行い、案内所の提供するサービスの質の向上に努めた(平成20年度～平成24年度)。

- ・ 外国人旅行者への案内業務に役立つ情報をまとめた「ビジット・ジャパン案内所通信」の発行
- ・ TIC作成の各種案内情報資料(英語)の全国の「ビジット・ジャパン案内所」への提供
- ・ 「ビジット・ジャパン案内所研修会」の実施



平成24年度「ビジット・ジャパン案内所研修会」



同研修会でのワークショップ

TIC作成資料(河口湖及び富士山へのバス時刻表)

◎新たな外国人観光案内所認定制度に向けた取組

訪日外国人3,000万人時代を見据え、観光庁が定めた「外国人観光案内所の設置・運営のあり方指針(平成24年1月)」に基づく新たな外国人観光案内所認定制度を平成24年度から導入し、342箇所の案内所を新たに認定した。認定外国人案内所に対しては、引き続き、「ビジット・ジャパン案内所通信」の発行、TIC作成の各種案内情報資料の提供、「ビジット・ジャパン案内所研修会」の実施等の支援を行い、案内所の提供するサービスの質の向上・担保に貢献した。

【新たな外国人観光案内所認定制度】

役割	分類		
	分類	主なサービス内容	
<p>【国(観光庁)】 運営指針の策定</p> <p>【日本政府観光局(JNTO)】 認定・支援</p> <p>各観光案内所における外国人旅行者対応を支援するとともに、ステップアップを実現するサービスを提供</p>	<p>カテゴリ I</p>	<p>多言語対応</p> <ul style="list-style-type: none"> 外国人旅行者を積極的に受け入れる意欲がある。 パートタイムで英語対応が可能なスタッフがいる。 <p>又は</p> <ul style="list-style-type: none"> 電話通訳サービスの利用、ボランティアスタッフの協力等により英語対応できる体制がある。 	<p>サービス</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域内の公共交通利用や観光情報等を提供できる。
	<p>カテゴリ II</p>	<ul style="list-style-type: none"> フルタイムで少なくとも英語で対応可能なスタッフが常駐している。 電話通訳サービス利用やボランティアスタッフの協力を得て英語以外の言語にも対応できる体制がある。 	<ul style="list-style-type: none"> 広域エリア内の公共交通利用や観光情報などを提供できる。
	<p>カテゴリ III</p>	<ul style="list-style-type: none"> フルタイムで英語、中国語、韓国語で対応可能なスタッフが常駐している。 	<ul style="list-style-type: none"> 全国の公共交通利用や観光情報などを提供できる。
<p>【国(運輸局)】 推薦</p>	<p>パートナー施設</p>	<p>観光案内を専業としない施設やボランティア団体等により運営される観光案内所のうち、必要な基準を満たす観光案内所については、パートナー施設として認定する。</p>	

◎TICによる取組

TICの来訪外国人を対象に、訪日旅行における関心事、宿泊施設予約方法、旅行予算額等、訪日外客の動向、ニーズ等に関するアンケート調査を実施した。調査結果は「TIC利用外国人旅行者の訪日旅行動向調査報告書」に纏め、報道発表を行った他、機構のホームページで公開した(平成20年度～平成24年度)。

2) 次期中期目標期間における見通し

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。

TIC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し、ウェブを活用した情報提供コンテンツを創設、海外事務所等を通じたTICの広報の強化等により、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。

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

◎東日本大震災発生時の24時間体制での電話対応

平成23年3月11日の東日本大震災発生後、訪日外国人旅行者に対し、英語・中国語・韓国語の3言語により24時間体制で電話対応を行った結果、3月11日～4月30日の電話による問い合わせ件数は359件となり、震災関係の問い合わせ件数は、来訪による照会24件、電話による照会149件となった。

◎TICの民間委託

「独立行政法人の事務・事業の見直しの基本方針」(平成22年12月7日閣議決定)に基づき、平成24年1月より、TICの運営を民間委託した。民間委託後は、機構が保有する全国の観光情報等を活かしつつ、民間企業のノウハウを活用した情報発信を行った。

◎TICによる情報提供件数の推移

【TICの来訪者数】

	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
来訪者数	33, 256	27, 370	24, 080	10, 267	20, 815

【照会件数】

	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
来訪による照会件数	29, 313	24, 392	21, 759	8, 431	15, 856
電話による照会件数	3, 442	2, 767	2, 566	1, 700	1, 546
手紙による照会件数	83	53	51	50	27
照会件数合計	32, 838	27, 212	24, 376	10, 181	17, 429

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目標を達成するためとるべき措置

(2)国内受入体制整備支援業務

>②通訳案内士試験業務<

【中期目標】

観光案内所の整備支援事業や通訳案内士試験業務について、地方自治体や関係団体、外国人旅行者等のニーズの把握に努めるとともに、ニーズに応じた効率的・効果的な事業の展開を図る。

【中期計画】

通訳案内士試験ガイドラインに基づき、通訳案内士試験事務を代行する。試験実施に当たっては、試験事務の安定性、統一性、公正性を確保しつつ、民間競争入札を導入して業務の効率化を図る。また、自治体を実施する地域限定通訳案内士試験事務に対して、試験問題の提供等の支援を行う。

中期目標期間における取組及び次期中期目標期間における見通し

1) 中期目標期間における取組

以下の取組を行った。

◎「通訳案内士試験ガイドライン」に基づく通訳案内士試験事務の代行

国土交通省が策定した「通訳案内士試験ガイドライン」に基づき、試験事務代行機関として試験事務を適正かつ円滑に実施した(平成20年度～平成24年度)。

◎民間競争入札の導入等による業務の効率化

平成20年度から平成22年度においては、公共サービス改革基本方針に従い、民間競争入札実施要項を定め、委託可能な業務について民間競争入札を導入し、業務の効率化を図った(平成20年度<民間競争入札の実施>、平成21年度～平成22年度<受託事業者による業務実施>)。

平成23年度以降は、一般競争入札(総合評価落札方式)の実施により、民間事業者の一部業務を委託するとともに、試験実施体制や試験日程の見直し、会場の見直し等により、経費の節減に努めた(平成23年度～平成24年度)。

◎自治体を実施する地域限定通訳案内士試験事務に対する支援

地域限定通訳案内士試験を実施する地方自治体に対して、外国語筆記試験問題の提供等の支援を行った(平成20年度～平成23年度:6道県[北海道、岩手県、栃木県、静岡県、長崎県、沖縄県]、平成24年度:1県[沖縄県])。

2) 次期中期目標期間における見通し

引き続き、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。また、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。

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

【通訳案内士支援の出願者数と合格率の推移】

年度	出願者(人)	受験者(人)	最終合格者(人)	合格率(%)
平成20年度	10,357	8,972	1,559	19.4
平成21年度	9,393	8,078	1,225	15.2
平成22年度	8,364	7,239	932	12.9
平成23年度	6,340	5,485	894	16.3
平成24年度	5,845	5,000	713	14.3

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目標を達成するためとるべき措置

(3) 国際会議等の誘致・開催支援業務

>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】

海外事務所を活用した誘致活動の支援、地方自治体等に対するノウハウの提供等により、国際会議の誘致活動を積極的に支援する。支援の実施に当たっては、政府の方針や近年の国際会議開催件数の動向を踏まえ、これまでの誘致活動の効果についての分析・検証を行うとともに、地方公共団体等からのニーズの把握を強化し、それらを踏まえた事業手法の見直しを行う。その際、国として誘致することとしている大規模な会議や、地域活性化への効果が期待される会議等に誘致活動の対象を重点化し、取り組むべき目標を明確にした上で、優先度を付けて効率的に実施する。

また、人材育成、寄附金募集・交付金交付制度の運営等により、国際会議の開催についても積極的な支援を実施する。

国際会議の開催件数については、我が国における開催件数が正確に統計に反映されるよう、地方自治体等を通じた調査を実施するとともに、国際機関への働きかけを行う。

さらに、インセンティブ旅行(企業報奨旅行)についても、海外事務所のネットワークを活用し、海外の企業に対する情報を収集することにより、効果的・効率的な誘致活動を実施する。

【中期計画】

① 国際会議等の誘致支援業務

国として誘致することとしている大規模な会議や、地域活性化への効果が期待される会議等に誘致活動の対象を重点化し、取り組むべき目標を明確にした上で、優先度を付けて効率的に実施していく。

また、海外の国際団体・機関の本部や、受け入れ先となる国内の関係団体・機関、地方自治体、コンベンションビューロー等からの情報収集活動を強化するとともに、これまでの誘致活動の効果についての分析・検証を行い、その結果に基づき、海外事務所を活用した支援や、地方自治体、コンベンションビューロー等に対するノウハウの提供等、誘致活動を効果的・効率的に実施する。国際会議の開催件数については、我が国における開催件数が正確に統計に反映されるよう、地方自治体等を通じた調査を実施するとともに、国際機関への働きかけを行う。

インセンティブ旅行(企業報奨旅行)の誘致については、韓国、中国、タイ、シンガポール等アジア諸国からの誘致活動を拡大するとともに、欧米のインセンティブ旅行市場開拓も強化する。

数値目標

中期目標期間中に、機構が誘致した国際会議の数を90件とする。

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、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。

中期目標期間における取組及び次期中期目標期間における見通し

1) 中期目標期間における取組

以下の取組を通じて、国際会議の誘致・開催支援、インセンティブ旅行市場の開拓を図った。

◎国際会議等の誘致支援業務

[誘致対象の重点化と国内の会議主催者への支援]

国際会議については、誘致活動の対象を50人以上の会議とし、中・大型の学術会議を重点会議と位置付けた。特に地方都市での国際会議開催と参加者1,000人以上を超える大型会議誘致を目指して、日本側の会議主催者に対し、幅広い支援や個別コンサルティングを行い、開催地決定に貢献した(平成20年度～平成24年度)。平成23年度には、国際会議のデータベースを大幅にリニューアルし、これを活用した誘致案件の掘り起こしとセールス活動の強化を行った(平成23年度～平成24年度)。

<会議主催者へのノウハウ提供、支援事業の例>



国際会議誘致マニュアルの発行

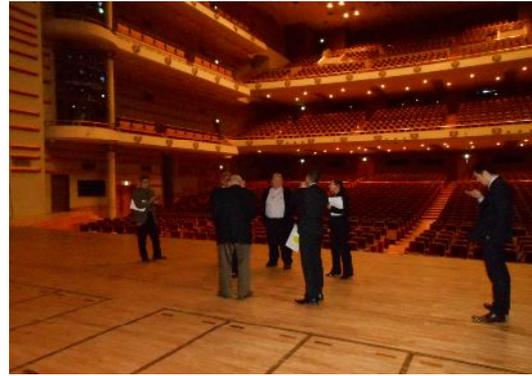


平成24年度 国際会議主催者セミナー

[海外における国際会議、インセンティブ誘致活動]

国際会議については主に欧米市場、インセンティブ旅行については、アジア市場を重点のターゲットとし、MICE(Meeting, Incentive Travel, Convention, Exhibition/Eventの総称)見本市の出展、セミナー・商談会の開催、キーパーソン招請等のプロモーションを通じて日本のMICEブランディングの構築と具体的な開催案件の誘致活動を行った。さらに、インセンティブ旅行については、セミナー開催等を通じて欧米豪市場開拓も強化した(平成20年度～24年度)。

<キーパーソン招請事業の例>



平成24年度 国際会議キーパーソン招請事業/Meet Japan 2013

※ 同事業において過去10年間に招請したキーパーソンの約5割が日本での会議開催を決定。

<海外における出展事業の例>



IMEX 2013(フランクフルト)



IT&CM China2012 (上海)

<海外における現地セミナー開催事業の例>



ソウルインセンティブマート(ソウル)

◎国際会議の開催支援業務

[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円滑に進めるため、寄附金募集・交付金交付制度の運営を運営し、中期目標期間中に61件の会議に交付金を交付した(交付額1,349百万円)(平成20年度～平成24年度)。

[人材育成]

全国の国際会議観光都市、コンベンション推進機関の実務者を対象とする階層別のセミナーを開催し、MICEの人材育成を行った(平成20年度～平成24年度)。



平成24年度 コンベンション初任者研修



平成24年度 MICE セミナー中上級者対象

【機構が誘致した国際会議の数】

(単位:件)

年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
目標	70	75	75	45	90
実績	70	63	69	47	57

※ 平成21年度、平成22年度は、円高による会議開催経費の高騰、景気の悪化に伴う企業等からの寄附金募集の困難さ等を理由に、日本への会議誘致を断念する国内主催者が増加したこと、また、政府等の助成金及び施設の割引制度の充実したアジア太平洋諸国の台頭により競合案件で誘致に至らなかった会議があったこと等の理由により、数値目標の達成はならなかった。平成24年度は、これらの要因に加え、依然残る原発事故の影響で、集客面の不安等から会議誘致を断念する国内主催者があったこと等から、平成23年度実績は上回ったものの、中期計画における数値目標の達成には至らなかった。

2) 次期中期目標期間における見通し

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・分析を強化するとともに、関係者のニーズを的確に反映しつつ、従来からのMICE誘致・開催支援業務を一層充実する。

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。

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。

上記の取組を通じて、中期目標期間中に、機構が誘致に成功した国際会議及びインセンティブ旅行への外国人参加者予定数を年間10万2,000人にする

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

◎観光庁長官及び機構理事長による国際会議開催サポートレターの発出

東日本大震災の影響を受け、平成23年以後日本での開催が決定していたものの、その開催が危ぶまれ、海外からの会議参加者減少を懸念する国内国際会議主催者を支援するために、観光庁長官及び機構理事長名による開催都市の開催安全を伝えるサポートレターを、長官名で126通(79件分)、理事長名で73通(59件分)発出し、日本における会議開催取りやめの動きの拡大防止を図った。

◎「日本政府観光局(JNTO)国際会議誘致・開催貢献賞」の創設

平成20年度に、諸外国との誘致競争の結果、我が国への誘致に成功した国際会議及び国際会議開催の際に、国際交流プログラムや接遇サービスの提供、国際会議の運営、経費調達等で他の模範となる実績を挙げた国際会議を表彰する「日本政府観光局(JNTO)国際会議誘致・開催貢献賞」を創設した。平成24年度までに計37会議に同賞を授与し、国際会議誘致・開催の意義に関する国民の理解を促進し、国際会議主催者及び都市・コンベンション推進機関の社会的地位を高めるために貢献した。



3. 予算、収支計画及び資金計画

【中期目標】

事業パートナーに対するサービスの向上や、新たな事業パートナーの発掘等により、自己収入の拡大に向けた取組を行う。

【中期計画】

(1) 自己収入の確保

個別相談会の開催やビジット・ジャパン・キャンペー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拠出の維持・増加に努めるとともに、賛助会員の増加による会費収入の増加を図る。

(2) 予算(人件費の見積りを含む。)

別紙

(3) 収支計画及び資金計画

別紙

中期目標期間における取組及び次期中期目標期間における見通し

1) 中期目標期間における取組

自己収入の確保を図るべく、事業パートナーとの連携を強化し、顧客満足度を高める取組を行った結果、平成24年度末の賛助団体・会員数の合計は、平成19年度末の245社・団体から平成24年度末には、309社・団体に増加した。

<各年度における取組>

中期目標全期間を通じ、賛助団体・会員への各サービスについてその内容、提供の仕組み等を常時見直し、賛助団体・会員の満足度向上に努めるとともに、積極的な新規加入の勧誘活動を行った。

機構を活用いただき賛助金の拠出にご理解をいただくため、賛助団体を訪問し、説明を行った。また、賛助団体・会員との「交流勉強会」を定期的に開催し、賛助団体・会員から事業説明、機構に対する要望を聴取の後、意見交換を行った。

平成20年度

賛助団体・会員を対象とするWEBサイト上の有料バナー広告を拡充し、新たにトップページへのバナー掲載をメニューに導入し、運用を開始した。

10月の個別相談会において講演プログラムを導入し、参加者の満足度向上を図った。

2月のインバウンド旅行振興フォーラムにおいて、市場説明会を一般に有料で開放し、自己収入の増加を図った。また、有料B to Bデスクを設置し、会員へビジネスチャンスを提供するとともに収入の増加を図った。

受託業務料金表を改定し、適切な運用を図った。

平成21年度

インバウンドへの取組に機構を活用しようとする団体企業に対し機会をとらえて本部・海外事務所を挙げて勧誘活動を行った。

平成22年度

ビジット・ジャパン・冬・秋キャンペーンの事業登録者に対しても会員勧誘を行った。

平成23年度

平成23年6月から、新規会員獲得につなげるため、期間を限定してメールマガジンの無料配信を行う「トライアル会員制度」を導入し、観光業界以外の企業も含めた会員拡大の取組を行った。

平成24年度

平成24年度は、機構の組織・業務方針等について説明する業務報告会(7月)を新たに開催することにより、機構活動に関するより一層の情報提供の拡充を行った。また、新たな取組としてWEBサイトのマンスリーウェブマガジンへの有料記事広告の搭載サービスを事業化し、10枠の申込みがあり約1,900万円の収入をあげ、自己収入増に貢献した。

【賛助団体・会員数の推移】

(単位:社・団体)

年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
賛助団体数	143	158	161	167	163
会員数	143	156	152	136	146
合計	286	314	313	303	309

2) 次期中期目標期間における見通し

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。

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

なし

4. 短期借入金の限度額

【中期目標】

なし

【中期計画】

予見し難い事故等の事由に限り、資金不足となる場合における短期借入金の限度額は、100百万円とする。

実績値(当該項目に関する取組状況も含む。)

短期借入は行わなかった。

次期中期目標期間における見通し

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。

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

なし

5. 重要な財産を譲渡し、又は担保にする計画

【中期目標】

なし

【中期計画】

なし

中期目標期間における取組及び次期中期目標期間における見通し

1) 中期目標期間における取組

重要な財産を譲渡すること、又は担保にすることは行わなかった。

2) 次期中期目標期間における見通し

なし

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

なし

6. 剰余金の使途

【中期目標】

なし

【中期計画】

剰余金が発生した場合には、独立行政法人通則法(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。

中期目標期間における取組及び次期中期目標期間における見通し

1) 中期目標期間における取組

該当なし。

2) 次期中期目標期間における見通し

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。

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

なし

7. その他主務省令で定める業務運営に関する事項

(1)人事に関する計画

【中期目標】

なし

【中期計画】

(1)人事に関する計画

前述のとおり、人件費の削減や、民間からの出向者等の活用、プロパー職員の育成等に努める。

中期目標期間における取組及び次期中期目標期間における見通し

1) 中期目標期間における取組

1. (6)民間からの出向者等の活用、(7)プロパー職員の育成等に記載の通り。

2) 次期中期目標期間における見通し

1. (6)民間からの出向者等の活用、(7)プロパー職員の育成等に記載の通り。

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

なし

7. その他主務省令で定める業務運営に関する事項

(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

【中期目標】

なし

【中期計画】

なし

中期目標期間における取組及び次期中期目標期間における見通し

1) 中期目標期間における取組

該当なし。

2) 次期中期目標期間における見通し

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。

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

なし

7. その他主務省令で定める業務運営に関する事項

(3) その他中期目標を達成するために必要な事項

【中期目標】

なし

【中期計画】

なし

中期目標期間における取組及び次期中期目標期間における見通し

1) 中期目標期間における取組

なし

2) 次期中期目標期間における見通し

なし

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

なし

独立行政法人国際観光振興機構 予算、収支計画及び資金計画 総表 (平成20年度～平成24年度)

(1) 収支予算

[一般勘定]

(単位：百万円)

区 分	金 額
<収入>	
運営費交付金	9,840
賛助金・コンベンション協賛金収入	1,779
事業収入	4,306
事業外収入	109
計	16,034
<支出>	
業務経費	4,033
受託経費	4,266
人件費	6,392
一般管理費	1,343
計	16,034

[交付金勘定]

(単位：百万円)

区 分	金 額
<収入>	
寄附金収入	1,750
事業外収入	0
計	1,750
<支出>	
交付金事業経費	1,750
計	1,750

(2) 収支計画

[一般勘定]

(単位：百万円)

区 分	金 額
<費用の部>	
経常費用	16,034
業務経費	4,033
受託経費	4,266
一般管理費	7,730
減価償却費	5
当期利益金	0
計	16,034
<収益の部>	
運営費交付金収益	9,836
国際観光振興事業収入	6,085
資産見返運営費交付金戻入	4
事業外収益	109
計	16,034

[交付金勘定]

(単位：百万円)

区 分	金 額
<費用の部>	
経常費用	1,750
交付金事業経費	1,750
当期利益金	0
計	1,750
<収益の部>	
寄附金収入	1,750
事業外収益	0
計	1,750

(3) 資金計画

[一般勘定]

(単位：百万円)

区 分	金 額
<資金支出>	
業務活動による支出	16,034
次期への繰越金	0
計	16,034
<資金収入>	
業務活動による収入	16,034
運営費交付金による収入	9,840
賛助金・コンベンション協賛金収入	1,779
事業収入	4,306
事業外収入	109
計	16,034

1. 人件費は退職手当金を含んでおり、このうち役員報酬並びに職員基本給、職員諸手当及び超過勤務手当に相当する範囲の人件費見積額については、期間中下記を見込んでいる。

支出予定額： 6,096 百万円

2. 当法人における退職手当については、役員・職員退職手当支給基準に基づいて支給することとなるが、その全額について、運営費交付金を財源とするものと想定している。

[交付金勘定]

(単位：百万円)

区 分	金 額
<資金支出>	
業務活動による支出	1,750
次期への繰越金	0
計	1,750
<資金収入>	
業務活動による収入	1,750
寄附金収入	1,750
事業外収入	0
計	1,750