

平成 16 年度

業務実績報告書

平成 17 年 6 月

独立行政法人

国際観光振興機構

目 次

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置	
(1) 組織運営	1
(2) 職員の意欲向上と能力啓発	4
(3) 業務運営の効率化の推進	6
2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項	
(1) 成果主義に立った事業展開・官民パートナーシップで諸外国との競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動	
① 重点的な調査研究活動とその結果を活用した事業展開	9
② 外国人旅行者の来訪促進に係る方策	
ア 旅行目的地としての「日本」の認知度向上事業の実施	14
イ 訪日ツアーの開発・造成・販売支援	18
③ 外国人旅行者受入体制の整備支援	24
④ 国際コンベンション等の誘致及び開催支援	27
ア 国際コンベンション及びインセンティブ旅行の誘致	
イ 誘致が決定したコンベンションの開催準備	
⑤ 通訳案内業試験事務の代行	32
(2) 効率的・効果的な業務運営の促進	
① 事業の再編等	34
② 業績評価の充実	35
③ 適正な人事制度の確立・人事考課の徹底	37
④ 外部人材の活用	39
⑤ 海外の在外公館、諸外国の政府、観光関連機関等との連携強化	40
⑥ ナレッジ・マネジメント（知識経営）の確立	43
(3) 情報の公開・事業成果の公表	46
(4) 附帯する業務	48
3. 予算、収支計画及び資金計画	50
4. 短期借入金の限度額	56
5. その他業務運営に関する重要事項	57
6. 重要な財産を譲渡し、又は担保にする計画	58
7. 剰余金の使途	59
8. 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	60

- (2) 機構の事業パートナーである地方自治体、観光関連事業者等の賛助金拠出者に対し、機構が実施する事業に係る「負担と受益」についての説明責任を果たし、事業パートナーとの連携を強化する。…………… 61
- (3) 査証発給手続きの簡素化・迅速化、輸送力の増強等の施策を担当する関係機関に適宜要請を行う。…………… 62

【参考資料】

- 1) JNTO の事業提案の中から採択された平成 17 年度 VJC 事業 ……参－1
- 2) JNTO の Vision & Mission (ウェブ版) ……参－2
- 3) 上海事務所開設記念事業(日中観光交流促進記念事業)概要 ……参－3
- 4) 上海事務所開設事業に関するマスコミ報道 ……参－4
- 5) JNTO の海外事務所体制 ……参－5
- 6) 訪日外国人旅行者満足度調査に関する報道資料 ……参－6
- 7) 平成 16 年度 VJC 事業の実績……………参－8
- 8) 平成 16 年度のウェブサイトアクセス数推移 ……参－9
- 9) メディア広報事業の代表的成果 ……参－10
- 10) 媒体種類別・地域別取材協力・招請及び実績件数 ……参－10
- 11) ル・モンド紙掲載訪日観光紹介記事 ……参－11
- 12) 代表的ツアー造成事例 ……参－12
- 13) 「i」案内所制度 ……参－13
- 14) 「i」案内所の指定基準 ……参－15
- 15) 全国「i」案内所リスト ……参－17
- 16) 平成 16 年度 国際会議・インセンティブ旅行誘致成功実績 ……参－19
- 17) 通訳案内業試験の試験方式変更の案内パンフレット ……参－21
- 18) アドバイザリー・コミッティ、特別顧問会議のメンバー ……参－23
- 19) 平成 16 年度 中途採用募集広告 ……参－24
- 20) 平成 16 年度報道発表案件一覧 ……参－25
- 21) コンベンション誘致事業のグループ化と協賛金 ……参－27
- 22) 平成 16 年度コンベンション誘致事業協賛都市 ……参－28
- 23) 運営費交付金の算定ルール ……参－29

- JNTO 関連の用語集 ……参－31

＜略語集＞	
VJC	: Visit Japan Campaign (ビジット・ジャパン・キャンペーン)
JNTO	: Japan National Tourist Organizatioin (国際観光振興機構)
JATA	: Japan Association of Travel Agents (社団法人 日本旅行業協会)
WTF	: World Travel Fair (世界旅行博)

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(1) 組織運営

【中期目標】

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

【中期計画】

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

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

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

【年度計画】

平成 15 年度に引き続き、本部組織に以下の部を設置する。

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

また、本部においては、固定的な課単位の組織に制約される課制を採らず、機動的な人材運用を可能とするマネージャー制を平成 15 年度に引き続いて採用する。

海外観光宣伝事務所については、市場動向を的確に反映した体制を構築するため、事務所及び事務所要員の配置等の改善に努め、平成 16 年度上半期に上海観光宣伝事務所を開設する。

① 年度計画における目標設定の考え方

多様化する諸外国の観光市場及びわが国の関係者のニーズ、並びに、外客来訪促進事業に係る技術・ノウハウの進展等に機動的、かつ効果的に対応することを目的に、平成15年度に行った組織体制整備、並びにマネージャー制の採用を、平成16年度においても継続し、具体的成果に結びつける。

海外事務所においては、市場動向を的確に反映した体制を構築するため、事務所及び事務所要員の配置等を改善するとともに、上海に観光宣伝事務所を開設する。

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

- (1) 観光立国の実現を目指し、VJC に対して JNTO としての最大限の貢献を行った。
- ・ JNTO 職員を VJC の各部会のメンバーとして出席するなど、様々な形で参画した。
 - ・ 理事・部長からなるステアリング・コミッティおよびその下部組織として、海外市場開拓部、事業開発部などの市場経験者によるワーキンググループを設置し、海外事務所も含めた JNTO 一体となった体制で、17 年度 VJC 事業の事業提案・企画書作成を行った。
 - ・ その結果、JNTO の具体的事業提案の多くが、平成 17 年度の VJC 事業として採択され、17 年度から市場ごとの VJC 事業の基本方針、具体的事業計画案の策定、個別事業の執行管理等を行う VJC 事業推進チーム（国土交通省、VJC 事務局、JNTO で構成。）の一員となった。

【参考資料 1 JNTO の事業提案の中から採択された平成 17 年度 VJC 事業】

- (2) JNTO 役職員が共通の目標を持って業務に取り組むために、「JNTO の Vision & Mission」を策定し、ホームページなどで公表した。
- ・ Vision & Mission 策定にあたっては、プロパー職員からなるプロジェクト・チームを設けるとともに、全役職員を対象としたアンケート調査を行った。
 - ・ 検討の結果、JNTO の Vision & Mission および行動指針を次のように定めた。

JNTO の Vision & Mission

<Vision>

インバウンド・ツーリズムの振興を通じて、「観光立国」の実現を目指す。

<Mission>

ビジット・ジャパン・キャンペーンに貢献し、2010 年までに訪日外国人旅行者数 1000 万人を実現させる。

<行動指針>

- 私たち職員は、インバウンド・ツーリズムの分野におけるプロフェッショナルを目指します。
- 私たち組織は、多様な個性と能力が存分に発揮されるチームを目指します。
- 私たちは、インバウンド・ツーリズムに関わる全ての人々にとって、高い顧客満足を実現できる重要なパートナーを目指します。

【参考資料 2 JNTO の Vision & Mission (ウェブ版)】

- (3) 独立行政法人への移行時に、事業パートナーのニーズや海外の訪日市場の動向に即応した業務運営を目的に行われたマネージャー制等の組織改編の結果、部長による意思決定の迅速化や、課という組織にこだわらないプロジェクト・フォーメーションの実施が可能となるなどの効果が発揮され、ツアー造成事業、メディア広報事業及びコンベンション誘致事業等において、年度計画に掲げた数値目標の達成に象徴される成果が生まれた。
- (4) 上記の他、全社的なプロジェクトの実施に際し、部を横断するメンバーによるCFT(Cross Functional Team)を設置し、取り組んだ。

<CFT を活用した主なプロジェクト>

- ・ VJC ステアリング・コミッティ/同ワーキング・グループ (2 頁参照)
 - ・ JNTO の Vision & Mission 策定 (2 頁参照)
 - ・ CSI(Client Satisfaction Index)調査：外部から JNTO がどのように評価されているのかを把握する目的で、事業パートナーに対するアンケート及びインタビュー調査を実施。その結果を事業改善の PDCA サイクルに結びつけていく。
 - ・ 意思決定ワーキング・グループ：内部の意思決定の仕組みを見直し、迅速な意思決定と事業実施のシステム構築の検討を行う。
 - ・ 他に、平成 17 年度発足、発足予定の CFT として、JNTO における個人情報の保護管理体制の整備を目的とした個人情報保護管理委員会・同ワーキンググループ (平成 17 年 4 月発足済み)、JNTO ウェブサイトの改善を図るためのワーキンググループがある。
- (5) VJC 重点市場国である中国において、平成 16 年 6 月 1 日付で中国国家旅游局から上海観光宣伝事務所の設置許可を受領し、8 月 18 日に開設した。
- ・ 開設にあわせてシンポジウム、記念式典等を開催した。中国側からは何光暉国家旅游局局長等多数の要人が出席するとともに、日本側からも数多くの事業パートナーが出席した。
 - ・ 事務所開設後も、VJC 事業等に積極的に参画し、順調に業務を遂行している。

【参考資料 3 上海事務所開設記念事業 (日中観光交流促進記念事業) 概要】

【参考資料 4 上海事務所開設事業に関するマスコミ報道】

【参考資料 5 JNTO の海外事務所体制】

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(2) 職員の意欲向上と能力啓発

【中期目標】

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

【中期計画】

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

【年度計画】

- ・ 職員の能力及び実績を適正に評価し、処遇に反映させる新たな人事制度を運用する。
- ・ 海外観光宣伝事務所においては、人事評価を踏まえて処遇の改善を行い、海外採用職員の業務への取組意欲の向上を図るとともに、中期的な課題として優秀な海外採用職員を将来の基幹職員として登用するため、本部職員化を実施する。
- ・ 人材育成の視点を十分に考慮した人事ローテーションに努めるとともに業務を行う上で必要な知識、能力の向上等のために OJT（現場で仕事をしながらの教育）、研修等を活用・充実する。

① 年度計画における目標設定の考え方

職員の能力及び実績を適正に評価する仕組みを確立し、適切に運用する。

特に海外観光宣伝事務所においては、限られたマンパワーで数多くの事業を展開することから、派遣職員はもとより現地で採用する職員が組織の使命や目標を把握し、組織人として十分に力を発揮し、それぞれ成果を上げることが求められる。

このため、現地採用職員の人事考課を踏まえた処遇の改善を行い、業務への取り組み意欲の向上を図り、中期的な課題として成績優秀な現地採用職員については、将来の基幹職員として登用するため、本部職員として採用する。

② 当該年度における取り組み

- (1) 職員の能力及び実績を適正に評価し、処遇に反映させる仕組みとしての新人事制度を実施した。
 - ・ 全ての職員（現地採用職員を除く）を対象に、15 年度下期を評価対象期間として、適正かつ厳格な人事考課を実施し、処遇に反映させることにより、組織力の強化を図った。
- (2) 海外事務所の現地採用職員の給与についても制度改正を行い、16 年度に定期昇給制

度を廃止し、人事評価制度を策定した。

- ・ この人事評価制度に基づき、16年度を評価対象期間として人事評価を行い、能力及び業務を適正に評価し、成績優秀者には特別手当(一時金)を支給する旨の制度改正を行った。
- (3) 従来からのスキルアップ型の研修に加え、中途採用者、出向者、中堅幹部などを対象とした多様な研修を行い人材育成・組織力強化を図った。
- ・ 9月、12月に、中途採用者ならびに国、地方自治体及び民間企業からの出向職員を対象に、理事長、理事、監事ならびに各部長による機構の業務に関するオリエンテーションを実施した。(4日間)
 - ・ 人材育成・組織力強化を図るため、JNTOとして初めて外部講師(JTB能力開発)による中間管理者マネジメント研修を実施した。(11月、3月。計21名)
 - ・ その他、将来の海外事務所派遣要員育成のための語学研修や企業会計システムの基礎を学習する簿記研修の奨励や各分野における職員の専門知識向上のためセミナー派遣、前年度に引き続き東京商工会議所の研修、及び以下の研修を実施した。

<本部職員研修等>

平成16年度情報化企画コース(行政実務研修)

「ブランド・イメージ戦略」講演会

「メンタルヘルスセミナー」

海外赴任者研修

<海外事務所職員の訪日研修>

ソウル観光宣伝事務所員(平成16年12月、宮崎他)

パリ観光宣伝事務所員(平成17年2月、東京他)

- (4) 本部においては、民間からの優秀な人材を受け入れるとともに、職員マニュアルの整備、採用者研修やOJTの充実を図った他、適材適所による人材配置と人材育成の視点を十分に考慮した人事ローテーションに努め、人的資源の有効活用を図っている。
- ・ 前年度に引き続き、観光・旅行・運輸関連企業からの出向職員を受け入れ、それぞれの経験を機構の業務運営に活用している。(平成16年度は2社から新規に出向者を受け入れ。)

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(3) 業務運営の効率化の推進

【中期目標】

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

数値目標

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

数値目標

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

【中期計画】

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

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

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

数値目標

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

数値目標

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

【年度計画】

- ・ 業績評価に基づき現行事業の見直しを行い、より効果的・事業への重点的資源の配分、業務の集約化、外部委託、及び電子化等の措置を講ずること等により効率性の向上を図る。
- ・ 海外観光宣伝事務所の一般消費者向けの情報提供活動を合理化する一方、旅行業者向けのマーケティング活動を強化する。
- ・ ナレッジ・マネジメント（知識経営）・システムを確立し、業務運営の効率化を図る。
- ・ 一般管理費について、受託事業の確保、人事考課に基づく給与の見直し、汎用品の活用等により、経費の削減に努める。
- ・ 運営費交付金対象業務経費について、単価の見直し、より一層 IT を活用した情報提供や報告書類作成など、事業執行方法の改善等を通じて効率化を推進する。

① 年度計画における目標設定の考え方

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

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

- (1) 事業の重点化として、海外からの訪日観光客の増大に直接結びつくツアー造成、メディア広報、コンベンション誘致に力点を置いた。
 - ・ ツアー造成については、従来のような単発型のプロジェクトから、多様な事業を効果的に組み合わせたプログラム型のプロジェクトに重点を移行させた。
 - ・ これにより、一般管理費や業務経費の削減を進める中で、中期計画における数値目標を達成する等の成果をあげることができた。

プログラム事業とは・・・

プログラム事業とは、訪日ツアー商品の造成・販売を目的に、事業パートナーである旅行社に対して企画担当者の日本へ招請、メディア招請、旅行見本市出展、共同広告、販売セミナー等の複数のプロジェクトを組合せ、スケジュールを作成し実施する支援事業を言う。

これは、80年代に提唱された統合マーケティング・コミュニケーション（IMC）の考え方をベースとしたものである。つまり、商品のブランド価値を高めるために、多様なコンタクトポイントを効果的に組み合わせ、活用することで、消費者に強いブランドイメージを訴えるものである。

新商品の導入や、既存ブランドのイメージチェンジなどの際に活用される手法である。

JNTO では、韓国発沖縄ハネムーン開発事業などにおいてこの手法を活用している。この事業では、段階を追って10のプロジェクトを実施した（詳細はP20参照）。

単独事業とは・・・

単独事業とは、その名のとおり、ある目的の達成のために単独で行われる事業であり、すでに商品の販売がある程度軌道に乗った場合に行われることが多い。

したがって、ツアー造成事業以外の事業（見本市への出展など）に採用されることが多い。

- (2) 業務運営の効率化のためのナレッジ・マネジメント・システムとして、平成16年度は賛助団体サービス実績データベースの作成、新会計システムの導入を行った。

- ・ 賛助団体サービス実績データベース：JNTO の本部各組織、海外事務所が賛助団体・会員といった事業パートナーをはじめとする団体・企業に対して提供したサービス実績を入力したデータベース。事業パートナーに対し、JNTO の提供したサービスの実績・内容を示す為の資料として活用。
- ・ 新会計システム：従来、各部門で管理・運用していた予算執行状況等のデータベースを新たに構築し、情報の一元化を図り予算執行から出納処理に至る入力作業等を省力化。

(3) 一般管理費の削減目標達成のため、給与についても見直しを行い、人件費を削減した。具体的には、①管理職の職務手当を最大 20%から 8%へ減額、②人事評価の処遇への反映、などである。この結果、平成 16 年度のラスパイレース指数（国家公務員と比較した給与水準）は、109.6 となり、平成 15 年度の 125.9 と比較して大幅な減少となった。

これらにより、一般管理費は計画額を約 79 百万円上回る削減となった。

(4) 運営費交付金対象業務経費については、16 年 3 月で京都 TIC を閉所したことによる業務経費の削減、ロンドン事務所におけるコンベンション事業の執行体制の見直し等により、16 年度計画額をさらに約 8 百万円上回って削減した。

また、先に述べたように、海外事務所の現地採用職員の定期昇給制度を廃止したことにより、来年度以降の業務経費増を押さえられる見通しである。さらに、事務所賃借料等の見直しにより、運営費交付金対象業務経費削減目標の達成を図る所存である。

(5) その他、一般管理費、業務経費に関する見直しを適宜行っている。

- ・ 従来印刷物として提供していた「コンベンションカレンダー」を、平成 16 年度分から JNTO ウェブサイト上に掲載することにより容易に、かつより広いコンベンション関係者により少ない経費での情報提供を可能にした。これにより前年度に比べて約 30 パーセントの経費を削減した。

<コンベンションカレンダーに関する経費削減状況>

実施年度	発行部数	経費	備考
平成14年度	会議2,500、見本市3,200	2,290千円	
平成15年度	会議2,500、見本市3,000	1,983千円	上半期の支出のみ
平成16年度	ウェブ上に掲載、 アクセス件数8,122	1,378千円	

◎数値目標の達成状況：一般管理費、運営費交付金対象業務経費の削減

(単位：千円)

区 分	16 年度計画額 (A)	16 年度実績額 (B)	削減額 (B-A)
一般管理費	1,686,790	1,608,084	▲78,706
運営費交付金対象業務経費	890,935	882,585	▲8,350

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(1) 成果主義に立った事業展開・官民パートナーシップで

諸外国との競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動

>① 重点的な調査研究活動とその結果を活用した事業展開<

【中期目標】

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

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

【中期計画】

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

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

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

数値目標

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

【年度計画】

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

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

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

数値目標

中期計画の数値目標で指定されている調査統計関係刊行物については、事業パートナーのニーズを踏まえつつ、新規情報掲載量（新規付加価値量。データ更新は含まない。頁数換算。）を平成16年度は平成14年度実績に比べ6.9%程度増加させるとともに、アンケート調査を実施する等により質の向上を図り、顧客満足度の向上に努める。

① 年度計画における目標値設定の考え方

中期目標期間中に調査統計関係刊行物の新規情報掲載量を累計で20%程度増加させるため、各年度ほぼ均等に増加させることとし、平成16年度については、6.9%と算出したものである。

② 実績値と取り組み状況

(1) 外国人旅行者誘致に必要な市場情報の収集と分析

- ・ 従来から行ってきた訪日外国人旅行者調査に加え、JNTOとして初めて平成16年度は訪日外国人満足度調査を実施した。
 - ※ 訪日外国人旅行者調査では、日本旅行中の訪問地、滞在期間、宿泊地等を調査している。
 - ※ 満足度調査では、訪日前と現在の日本のイメージ、満足した場所・経験、期待はずれだった場所・経験等に関し、日本を出国する直前の外国人旅行者に対して面接調査を行っている。
 - ※ 全体的傾向としては、「日本の人々が親切で礼儀正しい」というイメージが訪日前と比べてアップする反面、「美しい都市景観」「素晴らしい歴史と文化」のイメージがダウンしていることなどが判明した。

【参考資料6 訪日外国人旅行者満足度調査に関する報道資料】

- ・ 海外観光宣伝事務所が収集する最新の市場情報を分析し、「JNTO ニュースフラッシュ」(平成16年度46回発行。海外事務所からの情報112件を発信。)等により、賛助団体・会員向けに提供した。また、海外観光宣伝事務所の担当者が最新の旅行市

場動向を報告する記事を主要業界紙誌に寄稿した。

- (2) 国内外の関係者のニーズ及びシーズ（外国人旅行者の来訪促進事業に活用できる観光資源、アイデア、ノウハウ等）の把握
- ・ 国内の賛助団体及び会員等に対するセールスコール（訪問）を積極的に実施して、活用できる観光資源・アイデア等の把握、及びJNTOの活動に対する意見、要望等の聴取に努めた。
 - ・ 16年度は、事業パートナーの評価・ニーズを体系的・定量的に把握するためCSI調査を行った。調査結果を活用し、PDCA（Plan-Do-Check-Action）サイクルを確立し、業務運営の改善を行うこととしている。

CSI調査の概要

I. 調査概要

- 調査対象：JNTO 賛助団体、会員、国際会議観光都市など
- 調査方法：郵送配布・郵送回収
- 調査時期：平成 17 年 3 月 18 日～31 日
- 回収率：57.2%（257 票）

II. JNTO の総合評価：65%

JNTO の活動に対して、全体で約 65%の事業パートナーが「評価している」と回答した。活動内容別に見ると、「調査・統計に関する情報事業（81.1%）」、「海外に対する日本の紹介（58%）」が高い評価を得た一方、「国内受入体制の整備（29.1%）」、「組織の効率性（22.9%）」への評価が低いことがわかった。

III. JNTO に対するイメージ

JNTO に対するポジティブなイメージとしては、「海外における日本の紹介に貢献している（83.5%）」、「VJC における中核的役割を果たしている（79.4%）」が高い支持を受けている一方、ネガティブなイメージとしては、「事業内容がわかりにくい（47.3%）」、「知名度が低い（49.3%）」といった指摘がされた。

IV. VJC への貢献度：85%

全体で 85%の事業パートナーが、ビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）に対して「(JNTO が) 貢献している」と回答した。

VJC に貢献するため、JNTO が力を注ぐべき事業として、もっとも多くの方から支持があったのは「日本及び訪日旅行の PR（68.1%）」であった。

(3) VJC 事業への積極的参画を通じた官民パートナーシップの連携強化

- ・ VJC 各部会にメンバーを派遣し、VJC 事業の企画・検討に参画した。特に平成 17 年度事業に関する提案力を強化する目的で、JNTO 社内にステアリング・コミッティを設置して提案を行った。
- ・ 海外事務所においては、VJC 事業の実施にかかわり支援を行うとともに、ツアー造成、メディア広報事業などの成果に結びつけた。
- ・ VJC 重点市場国 8 市場のうち、台湾を除く 7 市場において計 36 件の VJC 事業を行

- った。
- ・このような VJC 事業への積極的参画を通して、官民パートナーシップの連携強化を図った。

【参考資料 7 平成 16 年度 VJC 事業の実績】

- (4) 受入体制整備事業の展開
- ・受入体制整備に関する実用的な情報をまとめた「訪日外国人旅行者の受け入れに必要なノウハウ」、「外国人客接客基本マニュアル(JNTO 編著)」を JNTO ウェブサイトに掲載しているが、その内容を一部改訂した。
 - ・アジア諸国から地方を訪れる外国人観光客の窓口となる「i」案内所の支援強化策の一環として、中国語、韓国語及び英語の言語サポートなど各種支援を行う「i」サポートセンターを設置した。

① 重点的な調査研究活動とその結果を活用した事業展開について

○「日本の国際観光統計」

訪日主要市場からの海外旅行者総数、主な渡航先を掲載するなど訪日主要市場の規模及び日本と競合する市場との比較など、従来から掲載されている訪日外国人旅行の統計に加え、新たに 10 の新規項目を掲載することにより総合的に主要市場を理解できるように改善した。これにより、新規情報掲載量を基準年の平成 14 年度版に比べ 48.9% (頁数換算して 22 頁) 増加させた。

○「マーケティング・マニュアル」

平成 16 年度は、アンケート調査結果に基づき、各国の休暇制度や各市場別に訪日旅行者の志向とその特徴を理解しやすくするために、海外事務所で問合せが多い日本国内の観光スポットや施設、パッケージツアーの立ち寄り先など具体例を掲載するよう心がけ、質の向上を目指した。これにより、基準年の 6.6%(頁換算で 23 頁)に当たる新規項目を追加した。従来からある項目も、中国市場などニーズの高まりに応じた詳しい記載内容となり、総ページは基準版の 347 頁から 414 頁に増えた。

○「JNTO 国際観光白書」

「JNTO 国際観光白書」については、「訪日外国人旅行者調査 2003-2004」で判明した最も強い訪日動機や、平成 17 年 2 月から 3 月に実施した「訪日外国人旅行者満足度調査」から得られた訪日前・訪日後の評価情報の変化など具体的な調査結果を掲載し、かつ暦年の観光統計を即座に反映させるため、今後は毎年 6 月末に発行することとし、対外観光宣伝に役立つ基礎データと分析を充実させた。

◎数値目標の達成状況：調査統計関係刊行物

刊行物	発行時期	16 年度目標	16 年度実績 (新規情報掲載量)	
日本の国際観光統計	H16.7	6.9%増	48.9%増	14.5%増
マーケティング・マニュアル	H16.11		6.6%増	
JNTO 国際観光白書	H17.6		17.5%増	

(注)平成 16 年度中に発行された 2 冊ベースでの新規情報掲載量の増加率は、11.5%である。

③ 実績値が目標値に達しない場合には、その理由及び次年度以降の見通し

「JNTO 国際観光白書」は、従来発行月が不定期であった。しかし、その利用状況に関する調査を行ってみると、観光に関する各種統計の前年度集計を掲載したものに対するニーズが高いことから、前年度の統計が利用可能となる6月末に発行することとした。

平成17年6月末に発行した2004・2005年版には、上記のとおり最新情報を取り入れた結果、中期計画の目標を達成することができた。

④ その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

JNTOでは、インバウンド事業に携わる事業パートナーに対して、インバウンド旅行振興フォーラムを開催し、海外訪日市場の最新情報の提供とともに、海外事務所勤務者との面談による相談会を開催し、具体的な誘致戦略など、JNTOを活用した海外プロモーションについて情報提供を行った。

本年は、賛助団体・会員のみでなく、インバウンドに関心の高い非賛助会員にも参加を訴え、JNTOのサービスを紹介し、新規会員勧誘の機会とした。

<顧客満足度アンケート調査結果>

平成16年度中に発行した調査・統計資料について実施した顧客満足度のアンケート調査の結果は以下のとおりである。

○「日本の国際観光統計2003年版」

同資料を受領した読者のうち20団体等からアンケートの回答があり、「非常に満足」、「満足」を合わせ計90.0%（18票）が満足と評価しており、「不満足」、「非常に不満足」は10.0%（2票）であった。

○「マーケティング・マニュアル2004」

同資料を受領した読者のうち14団体等からアンケートの回答があり、全団体が「非常に満足」（3団体）、「満足」（11団体）との回答があった。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(1) 成果主義に立った事業展開・官民パートナーシップで

諸外国との競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動

>② 外国人旅行者の来訪促進に係る方策<

ア 旅行目的地としての「日本」の認知度を向上させるための観光宣伝事業の実施

【中期目標】

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

【中期計画】

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

数値目標

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

【年度計画】

- ・ 「ビジット・ジャパン・キャンペーン」と連携し、旅行目的地としての「日本」の認知度を向上させ、日本の差別化を図り、訪日旅行意欲の醸成を図るため、メディアへの広報宣伝活動等を通じた訪日旅行に関する記事掲載・番組放映等を図る。
- ・ JNTO ウェブサイトの認知度向上、ウェブサイトへのアクセス増を図るため、ウェブアドレスの積極的なPR、主要なウェブサイトからのリンクに努める。また、利用実

績の多い地図情報の改良など、ニーズに応じた情報の提供を促進する。さらに、顧客満足度の解析を行い、結果をウェブサイトのコンテンツ整備、機能拡充等に反映させる。

数値目標

- ・ JNTO ウェブサイトの URL の PR やサイトのコンテンツ及び操作性の改善を通じて、アクセス件数を、平成 16 年度は平成 14 年度実績に比べ 14% 程度増加させる。
- ・ 有力メディアとの連携を強化して、メディア向け広報活動(海外観光宣伝事務所等によるニュースリリースの発行、情報提供、ジャーナリスト招請及び取材協力等)の成果を、平成 14 年度実績に比べ平成 16 年度は 20% 程度増加させる。

① 年度計画における目標値設定の考え方

- ・ ウェブサイトへのアクセス件数を、中期計画期間中に平成 14 年度実績より 40% 程度増加させることを目標と設定したことを受け、増加率の概ね 2 年分に相当する約 14% 増(*) を目標値として設定した。
(*) 目標値とした 40% 増を単年に換算すると対前年度比 7% 増となる。
- ・ 中期計画において、メディア向け広報活動の成果を中期目標期間中に平成 14 年度実績より 60% 程度増加させることを目標と設定したことを受け、5 年の期間内に平均的に増加させることとし、平成 16 年度は、20% 程度増加させる目標を設定した。メディア向け広報事業の成果については、広告費に換算した場合の金額で計測されている。

② 実績値と取り組み状況

(1) JNTO ウェブサイトにおいては下記の取り組みを行った。

ア. JNTO ウェブサイトの認知度向上

平成 15 年度末から実施したウェブアンケートの結果、JNTO ウェブサイトの半数以上の利用者が検索ポータルサイトを經由したアクセスであり、検索ポータルサイトにおける JNTO ウェブ認知度・評価の向上が重要であることが明確となった。

これに対応するため、JNTO ウェブの HTML 記述を検索サイト向けに改善するとともに、世界的検索ポータルサイトである『Yahoo』における JNTO ウェブサイトの掲載カテゴリの見直しや、未掲載地域への掲載申請等をすすめ、「JAPAN」「TRAVEL」等の一般的なキーワード指定時の上位表示を図った。

イ. ニーズに応じた情報提供

ウェブサイトのアクセス増を図るためには、新規利用者の獲得とあわせて、リピータの定期的な訪問を獲得する必要があるため、桜開花情報など動的情報、「愛・地球博」等のイベントレポート等を豊富な写真付きで情報発信するとともに、定期的な情報更新に努めた。

また、ウェブ利用者の閲覧頻度が高い訪日基本情報、交通情報、地図情報コンテンツ¹

¹平成 16 年度は新規地図の作成で、公開は平成 17 年度より。

については内容の充実や改訂を行った。さらに、ウェブアンケートにより、利用者から指摘を受けた点についても、可能な限り改善を図った。

以上の結果、平成16年度のJNTOウェブのアクセス数（ページビュー数：以降pv）は約2,322万pvに達し、平成14年度実績（約1,958万pv）から約18.6%増²となった。

◎数値目標の達成状況：ウェブサイトアクセス数（ページビュー数：pv数）

中期計画目標値 （増加率：pv数）	14年度実績 （pv数）	15年度実績 （pv数）	16年度実績 （pv数）	14年度に対する 増加率
40%増（2,741万）	1,958万	2,097万	2,322万	18.6%増

【参考資料8 平成16年度のウェブサイトアクセス数推移】

- (2) 旅行目的地としての「日本」の認知度を向上させ、訪日旅行意欲を醸成するため、海外の有力新聞、雑誌、テレビ等のメディア関係者の訪日取材への協力・有力なメディアの日本招請（171件）を行い、記事掲載、番組放映等（266件）の促進を図った。これらにより、広告費換算額にして53億4,100万円（対平成14年度で89%の増加）の成果を得た。
- 平成16年度メディア広報事業の広告費換算額が大幅に増加した要因として、BBC Fast Track（世界200ヶ国以上、視聴者数2億5400万人のテレビ番組）に対する取材協力（広告費換算額13.9億円）があげられる。

◎数値目標の達成状況：メディア広報事業

（訪日旅行に関する記事掲載、番組放映などの成果を、広告費に換算した金額）

年度	平成14年度実績	平成16年度目標	平成16年度実績
広告費換算額	28.2億円	33.8億円	53.4億円
基準年比	100	120	189

- 上記以外で、ツアー開発・造成・販売支援を一体化した「プログラム事業」の一環でメディアの日本招聘を行ったことにより記事掲載、番組放映等（118件）を図り、広告費換算額にして7億300万円の成果を得た。
 - また、海外観光宣伝事務所等によるニュースリリースの発行、情報提供、各種アレンジ等を行ったことにより記事掲載、番組放映等（567件）の促進が図られ、広告費換算額にして15億4,300万円の成果を得た。
- (3) VJC事業として、メディア関係者の日本招請を行い、記事掲載・番組放映等（33件）を図った。これにより、広告費換算額にして10億8,400万円の成果を得た。

²年度計画における目標値は14%増。

【参考資料 9 メディア広報事業の代表的成果】

【参考資料 10 媒体種類別・地域別取材協力・招請及び実績件数】

【参考資料 11 ル・モンド紙掲載訪日観光紹介記事】

- (4) 海外宣伝事務所では、市場のニーズに合わせてニュースレターを作成し、報道機関や旅行会社等へ随時発信する等、訪日旅行の認知度向上に努めた。米国、オーストラリア、中国などにおける訪日旅行イメージ広告事業では、現地のツアーオペレーターとタイアップしてツアー商品の紹介を同時に掲載することにより、具体的な集客につながるような仕掛け作りを行った。

<海外事務所におけるメディア向け広報活動実績>

	ニュースリリース件数
ソウル	・ニュースリリース 23 回
北京	・トラベルブレティン(季節的観光魅力紹介) 3 回 ・ニュースリリース(新しい情報がある時) 6 回
上海	・事務所開所にもなうニュースリリース発行
香港	・年間 31 回
バンコック	・ニュースレター 11 回 ・ニュースリリース 4 回(7 月、12 月、2 月、3 月)
シドニー	・トラベルニュースレター 4 回 ・プレスリリース 6 回
ロンドン	・ニュースブレティン(隔月発行) 7 回 ・ニュースリリース(不定期) 11 回
パリ	・隔月発行 計 6 回
フランクフルト	・3 回発行(11 月、1 月、3 月)
ニューヨーク	・Some News on Japan 68 件 ・Marian's Release 4 件
ロスアンジェルス	・業界関係者向けニュースレターを 2 回発行
サンフランシスコ	・毎月末 年間 12 回発行
トロント	・1 回発行

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(1) 成果主義に立った事業展開・官民パートナーシップで

諸外国との競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動

>② 外国人旅行者の来訪促進に係る方策<

イ 訪日ツアーの開発・造成・販売支援

【中期目標】

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

【中期計画】

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

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

a 訪日ツアーの開発・造成の間接支援

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

b 訪日ツアー開発・造成の直接支援

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

数値目標

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

c 訪日ツアー販売支援

インターネット、共同広告等により、訪日旅行商品の魅力を消費者にアピールするほか、市場の状況に応じて、当該市場の旅行者において「日本」について十分に知識を有する販売要員を「Japan Travel Specialist」として認定、養成することにより、訪日旅行商品の販売を支援する。

【年度計画】

- ・インバウンド・ツーリズム振興の公的な専門機関としての NTO（政府観光局）ブランドを最大限に活用し、海外における旅行関係業界、メディアのネットワークを通じて、世界の主要な市場国・地域において、各々の市場ニーズに合致する訪日旅行商品の企画開発・造成・販売促進を展開する。
- ・機構の NTO ブランド並びに永年に亘って培ってきた海外における事業展開のノウハウ及び旅行関係業界、メディアのネットワークを活用することにより、国が「ビジット・ジャパン・キャンペーン」として行う、旅行目的地としての日本の認知度の向上のための事業及び新規訪日ツアー（個人旅行者向けツアーを含む。以下同じ。）の企画開発・造成・販売促進の事業との連携を図る。
- ・これまで訪日ツアーを扱ってきた旅行会社には、新たなセグメント（働き掛けの対象の区分）を対象としたツアーの開発を働き掛けることにより、現地旅行会社による市場の特性に応じた新しい魅力的な訪日旅行商品の開発・造成を支援するとともに、販売支援を積極的に展開し、訪日ツアーの催行本数及び顧客数の増大を図る。

a 訪日ツアーの開発・造成の間接支援

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

b 訪日ツアー開発・造成の直接支援

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

c 訪日ツアー販売支援

インターネット、共同広告等により、訪日旅行商品の魅力を消費者にアピールするほか、市場の状況に応じて、当該市場の旅行者において「日本」について十分に知識を有する販売要員を「Japan Travel Specialist」として認定、養成することにより、訪日旅行商品の販売を支援する。

数値目標

海外旅行会社に対する訪日視察旅行、商談等のアレンジ等の直接支援により、開発・造成された訪日ツアーについて、平成 16 年度は、平成 14 年度実績と比較して、その種類数を 17.5%程度、設定本数を 17.5%程度、催行本数を 17.5%及び集客数を 17.5%、それぞれ増加させる。

① 年度計画における目標値設定の考え方

訪日ツアーの開発・造成に係る直接支援について、平成16年度数値目標の設定に当たっ

ては、中期計画で定められている目標数値を達成するための各年度における平均増加率を算出し、この数値を採用した。
また、中期計画で設定されている定性的事項についても、年度計画に反映させた。

② 実績値と取り組み状況

- (1) 日本を取扱っていない旅行会社に対する訪日ツアー造成などの働きかけ
 - ・ 各市場における旅行目的地としての日本の認知度に合わせ、ニュースレターの送付や訪日旅行セミナーへの招待、「旅フェア 2004 インバウンド商談会」「JNTO JATA-WTF2004 インバウンド商談会」等各種招請事業への参加勧誘により、これまで訪日旅行に関心のなかった旅行業関係者に対しても積極的にアプローチを試みた。
 - ・ 平成16年度は VJC へ海外事務所からの事業提案を数多く行った。そのひとつに韓国市場向けに日本で開催した「ゴルフ・スキー商談会」があり、間接的ではあるが事業パートナーとしての旅行会社の開拓とツアー造成に貢献した。

- (2) これまで訪日ツアーを扱ってきた旅行会社に対する働きかけ
 - ・ 海外旅行会社の開発・販売担当者を日本へ招請する事業や商品広告支援、商品パンフレットの作成支援等の事業を展開し、市場のニーズと合致した新規ツアーの開発に努め、新たな訪日需要を生み出すことに成功した。
 - ▶ 韓国では、大規模な集客が見込める訪日ゴルフツアー、ハネムーンツアー、修学旅行の開発・造成を働きかけ、訪日旅行者数の増加に貢献した。
 - ▶ 中国では高品質ツアー、香港では「東北地方」の魅力を訴求したツアー商品の開発を行った。
 - ▶ オーストラリアではスキーツアーや修学旅行、欧州(英国・フランスおよびドイツ)においては大手旅行会社との共同商品開発を開始した。
 - ▶ 米国では訪日ツアー需要の高い西海岸を中心に青少年ツアーの販売支援やクルーズツアー商品の造成支援事業を展開した。
 - ・ また、平成17年3月から開催された愛知県「愛・地球博」に向けて、韓国、中国、タイ、米国、カナダ等では下期に旅行会社の招請、販売セミナーなどのプロモーションを行い、平成17年度の成果が期待される。

【参考資料 12 代表的ツアー造成事例】

a. 訪日ツアー開発・造成の間接支援

現地ツアーオペレーターへのコンサルティング活動、ツアー造成のヒントとなるような訪日旅行情報を記載したニュースレターの発行などを通じ、訪日ツアー商品開発・造成に係る間接的な支援を実施した。

b. 訪日ツアー開発・造成の直接支援 【数値目標を設定している項目】

「旅フェア 2004インバウンド商談会」や「JNTO JATA-WTF2004 インバウンド商談会」等へのツアーオペレーター招請、共同広告の実施、機構が独自に実施した広告におけるツアー商品紹介、旅行パンフレットの作成支援、旅行見本市への共同出展等の事業を通じ、市場国ツアーオペレーターによる訪日ツアーの開発・造成を支援した。

直接支援を通じて開発・造成された訪日ツアーの成果は、次表の通りであり、平成16年度の数値目標を上回った。

事例紹介：英国格安FIT開発事業

平成16年度において、平成15年度のツアー開発事業の成果として造成したJTB UK、JALPAKの格安FITパッケージツアーの販売を継続支援した（平成16年5月にThe Times紙に両社のツアーを取り上げた共同広告を実施した。）。

平成16年度の両社の送客実績としては、JTB商品としては18名と低調に留まったが、JALPAK商品は、250名の送客があり、同社の戦略商品として、他の旅行商品販売につながる問合せの契機作りの役割を引き続き果たしている。

本事業により開発されたツアーの販売は、平成15年10月から本格的に開始され、昨年3月末までの送客数は168名（JTB：46名、JALPAK：122名）であったが、本年3月末時点では、436名（JTB：64名、JALPAK：372名）の送客があった。

平成16年度下半期には、AsiaFareが、£600台、ANAセールスが£500台の取り扱いを開始するなど他社が類似商品の販売を開始した。本事業を契機に、格安FITパッケージの訪日商品のラインアップに定着させることができ、訪日商品の品揃えの拡大と訪日旅行者層の拡大に貢献している。

事例紹介：韓国発沖縄ハネムーン開発事業

（1）実施内容

平成15年度までの韓国発沖縄ハネムーン開発事業の継続事業として、平成16年度は、年間プログラム「沖縄旅行商品開発事業（ハネムーン、ゴルフ等）」を以下のとおり実施した。

＜実施プロジェクト＞

- P1：韓国SBSテレビからの新婚タレント沖縄ハネムーン撮影チームの招請及び同タレントのイメージ写真撮影事業の実施
- P2：新婚タレント夫妻イメージ写真の広告掲載のためのモデル契約の締結
- P3：タレント夫妻を使ったプレス・エージェントブリーフィングの実施
- P4：タレント夫妻を使った沖縄ハネムーンイメージ広告の雑誌掲載
- P5：タレント夫妻の沖縄ハネムーン旅行記のJNTOウェブサイトへの掲載
- P6：タレント夫妻を使った沖縄ハネムーン販促資料の作成
- P7：（財）沖縄観光コンベンションビューローの韓国マスコミ招請への協力
- P8：沖縄ゴルフ共同広告の新聞及び雑誌への掲載及び記念品作成
- P9：韓国主要検索サイトへの沖縄ハネムーン・ゴルフ商品バナー広告の掲載
- P10：沖縄チャーター便歓迎式への協力

（2）送客実績及び成果と反省

平成16年度と同プログラム事業による送客実績は、以下のとおり。

なお、今回事業パートナーとなったエージェントは当プロモーションにおいてゴルフ、ハネムーンだけでなく、一般観光ツアーの造成も行なったため、その実績も報告する。

- ①ツアー造成件数：ゴルフ8本、ハネムーン15本、一般観光13本
- ②ツアー設定本数：ゴルフ36本、ハネムーン50本、一般観光70本
- ③ツアー催行本数：ゴルフ36本、ハネムーン50本、一般観光70本
- ④ツアー集客数：ゴルフ584人、ハネムーン210人、一般観光1,227人

※達成率：集客数／目標数

ゴルフ：584名／2,000名（29.2%）

ハネムーン：210名／1,000名（21.0%）

全 体：2,017名／3,000名（67.2%）

数値実績の他、以下のような事業成果を得ることができた。

- ・ プログラム全体では、新婚タレントを使って、第1段階として沖縄イメージPR（韓国のテレビや雑誌）、第2段階として沖縄の具体的なアクティビティの紹介（販促ツール、VJC 沖縄で招請したプレスによる露出）、最終段階として、ゴルフ・ハネムーン各集客時期に併せた商品広告（経済新聞や実施雑誌、バナー広告に掲載）、という流れで実施（旅行会社の情報は第1段階から掲載）し、2月にチャーター便が運航されるなど、戦略的に事業が実施できた。
- ・ 新婚タレント夫妻を使った沖縄ハネムーンテレビ番組放映、インターネットバナー広告、女性誌、旅行誌、高級誌など複数の媒体を通じた宣伝により沖縄の知名度上昇に貢献した。プロジェクト4では女性誌、旅行誌、高級誌に計11回、毎回4ページにわたる広告掲載を行い、また、インターネットバナー広告（プロジェクト9）では、3週間の間に計56,794件ものアクセスがあった。なお、平成16年8月17日付け日経新聞によれば、韓国において「知っている日本の地名」を調査したところ、沖縄が6位に入った。
- ・ 2月4日から5回にわたり、韓国から沖縄へアジアナ航空チャーター便が運航された。JNTOでは、1月中旬から2月初めにかけて、このチャーター便主催旅行社（韓進観光、現代ドリーム）の商品を経済紙で計10回にわたり掲載し、集客に貢献した。
- ・ ハネムーン、ゴルフ客の増加により平成17年8月よりアジアナ航空定期便が週3便から4便への増便が決定した。

◎数値目標の達成状況：ツアー造成直接支援事業の成果

	14年度実績	16年度目標	16年度実績	同（FITを除く）
種類数	56	66	338	223
設定本数	1,343	1,578	7,475	3,086
催行本数	772	907	5,888	1,517
集客数	16,715	19,640	43,780	31,331

（注）FITの設定本数、催行本数に関しては、旅行会社から報告を受けられないケースが多かったため、正確な数字を把握することができなかった。16年度から「集客数÷2³=設定本数=催行本数」とするよう、集計方法を統一した。

そのため、16年度実績において設定本数、催行本数が大きく伸びる結果となった。

しかし、FITを除いた集計でも、16年度はどの指標においても目標をクリアすることができた。

ツアー造成を効率的・効果的に行うために、VJC事業をはじめとした他の事業と連携をとることで相乗効果を発揮させる等、様々な工夫の結果、受託事業によるものも含めたツアー造成の全件数は、次の通りである。

³ FITの1件当たり平均集客数。

＜VJC等を含めた全ツアー造成支援実績：平成16年度＞

	合計	FIT	FIT以外
種類数	643種類	174種類	465種類
設定本数	14,777本	8,262本	6,515本
催行本数	11,459本	8,244本	3,215本
集客数	106,711人	25,128人	81,583人

c. 訪日ツアー販売支援

上述の通り、機構が独自に実施した広告でのツアー紹介や共同広告、パンフレット作成支援事業、また、ポジフィルムやビデオの貸与、ポスターの提供等をこれまでになく積極的に展開し、訪日ツアーの販売を支援した。米国においては、現地事務所のウェブサイトにて北米発の訪日旅行商品を掲載し、商品の認知度向上を図った。

平成16年度は韓国、中国、香港等を中心にVJC事業と連携して旅行会社販売担当者向け訪日ツアー商品の販売セミナー等の販売支援事業を実施した。

なお、米国で実施しているJapan Travel Specialist事業については、登録した業者のレベルにかなり格差があることから、平成17年度事業の実施に向け、訪日ツアーの販売の一層の促進につながるような新たな企画を模索中である。

事例紹介：Thomas Cook ツアー開発事業

ロンドン事務所では、ツアー開発事業に関し、マーケットにおいて先駆けとなる新たなツアー開発の「流れ」を念頭にパイロット事業（Thomas Cook ツアー開発事業）を展開した。

訪日販売の新たな流通経路の開拓を目的に、英国全土に自前のリテール網をもつビック4（TUI、Thomas Cook、My Travel、First Choice）による訪日旅行商品造成に取組んだ結果、平成16年4月に実施したキーパーソン招請事業の成果として英国旅行業界2位のThomas Cookが2商品を造成した。同社への支援としては、共同広告、ダイレクトメール支援などの包括的な販売支援を実施した。

同社開発の2商品は、1つが「The Samurai Experience」で英国からのエスコート付きでゴールデンルートと広島を回るもの（14日間朝食付き£2,495より）で、もう1種類が「Taste of Japan」で食事なしでゴールデンルートを周遊する商品（9日間£1,495）である。

平成16年度にこれらの商品の販売支援として、共同広告、ファムトリップ、DM送付支援等を行っている。

ビック4の一つであるThomas Cookによる初の訪日商品発売は旅行業界関係者、メディアの関心を集め、The Times紙の「2005年夏のバカンスの旅100選」にランクインするなど同社の新たに開発された旅行商品関連のメディア露出は合計11件、広告換算価値2200万円にのぼった。本事業の業界を含めた広報効果は非常に高いものがあつた。

商品の本格的な販売体制整備等の遅れもあり、支援対象商品の平成16年度の送客実績は18名に留まったが、平成17年4月以降のツアーには既に160件以上の予約が入っている。英国全土に自前のリテール網をもつThomas Cookによる旅行商品であることから更なる送客増が期待される。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(1) 成果主義に立った事業展開・官民パートナーシップで

諸外国との競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動

>③ 外国人旅行者受入体制の整備支援<

【中期目標】

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

【中期計画】

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

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

数値目標

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

【年度計画】

訪日外国人旅行者に対する利便性を向上させるため、全国の「i」案内所における外国人旅行者対応能力の向上等の受入体制の整備（グローバル・スタンダード化）を支援する。このため、「i」サポートセンターを設置することにより外国人旅行者への電話対応等の運営支援を行なう。

数値目標

全国の「i」案内所について、平成16年は2箇所程度増加させる。

① 年度計画における目標値設定の考え方

中期計画では、「i」案内所⁴を期間中に10箇所程度増加させることとしている。毎年段階的に増加させることとし、平成16年度は中期計画に掲げた10箇所の5分の1である2箇所程度の増加を目標とした。

② 実績値と取り組み状況

(1) 「i」案内所の指定基準を見直し、地方公共団体、観光連盟（協会）としていた運営主体の対象を交通事業者等が運営する案内所まで広げた。さらに案内所の職員についても外国語ができるものが常駐すれば、必ずしも職員の常駐を求めない等、基準の緩和を8月23日より実施した。

同時に、各地の観光案内所に対して、「i」案内所となるよう積極的に働きかけた結果、本年度は「i」案内所の指定を大幅に増やし、新たに6箇所指定することができた。

- ・ 6月18日 プラザi新千歳空港
- ・ 12月1日 京都ツーリスト・インフォメーション
- ・ 12月17日 新神戸観光案内所
- ・ 12月17日 有馬温泉観光総合案内所
- ・ 1月1日 松島海岸駅前案内所
- ・ 2月17日 中部国際空港観光案内実施協議会観光案内所

(2) 平成16年4月1日から、韓国語、中国語及び英語による電話問合せや全国案内に対するサポートサービス等の案内所支援の充実を図るとともに、以下の支援を行った。

- ・ 「i」案内所における外国人旅行者対応能力の向上を目的として、全国の「i」案内所の職員等を対象として研修会を開催した。
- ・ 全国の「i」案内所向けに、機関誌「iブレティン」を発行し、「i」案内所の外国人旅行者対応に役立つ情報提供を行った。（上期、下期それぞれ1回発行）
- ・ 訪日外客向け「会話筆談集」は、英語版、中国語繁体字版、韓国語版の3種類を作成していたが、本年度は、これに中国語簡体字版を新たに作成し、また「外国人客接遇基本マニュアル」の内容も大幅改定し、具体的には、宿泊・交通編に加え、新たに交通機関・買物編を加え、従来の中国語表示には、新たに簡体字版を作成し、訪日外国人への案内活動を支援した。

◎ 数値目標の達成状況：「i」案内所指定数

中期目標期間中 増加目標	平成15年度 指定実績	平成16年度 増加目標	平成16年度 指定実績	中期目標期間中 増加実績
10箇所	2箇所	2箇所	6箇所	5箇所 ^注

(注) 平成15年度は、2箇所（岩手県観光協会・山口県観光案内所）が指定されたが、既に指定を受けていた3箇所（札幌市観光協会・洲本市観光協会・伊万里観光協会）が、外国語の対応が困難となり、予算上の理由から指定解除となった。しかし平成16年度は、6箇所指定となったので、増加実績としては、2箇所－3箇所＋6箇所＝5箇所となる。

⁴JNTOでは、地方公共団体等が設置している観光案内所のうち、外国人対応可能なものを「i」案内所として指定し、外客の国内旅行の容易化と接遇向上及び日本理解の増進を図っている。

(3)今後の取り組み

- ・ 基本的に「i」案内所指定ゼロの都道府県（埼玉県、鳥取県）をなくすとともに、各都道府県 2 箇所以上の指定を目指す。特に外国人訪問率の高い都道府県については、最低 3～5 箇所の指定を目標とする。
- ・ 残る中期計画期間中、年間 5～6 箇所の「i」案内所指定を目標とする。
- ・ 国際線航空便、国際航路のある空港、港に所在する案内所を「i」案内所としての指定化を目指す。
- ・ 東京地区については、鉄道会社運営の案内所を「i」案内所として指定化できるようにする。

③その他適切な評価を行う上で参考となりえる情報

「i」案内所指定要件の緩和を受けて、平成 17 年 4 月 1 日に、東武浅草駅の「浅草駅外国人旅行センター」を鉄道会社が運営する初めての「i」案内所として指定した。

また、この案内所は、東京都における第 1 号でもある。

【参考資料 13 「i」案内所制度】

【参考資料 14 「i」案内所の指定基準】

【参考資料 15 全国「i」案内所リスト】

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(1) 成果主義に立った事業展開・官民パートナーシップで

諸外国との競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動

>④ 国際コンベンション等の誘致及び開催支援<

ア 国際コンベンション及びインセンティブ旅行の誘致

イ 誘致が決定したコンベンションの開催準備

【中期目標】

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

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

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

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

【中期計画】

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

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

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

イ 誘致が決定したコンベンションの開催の準備を円滑に進めるため、人材育成、寄附金募集・交付金交付制度の運営等の支援事業を積極的に実施する。特に、機構の運営する寄附金募集・交付金交付制度は、国際コンベンションの開催コストの低減に資するのみならず、資金管理を効率的に処理することにも役立つものであるため、国際コンベンション主催者による活用を促進するため、交付対象となる国際会議等の要件、申請手続き等の周知を図るとともに、運営の効率化を進め利便性を高める。

数値目標

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

【年度計画】

ア 国際会議観光都市・コンベンションビューローへの日常的なセールスコンタクトにより、夫々のニーズを把握し、情報・ノウハウの提供等の必要な支援活動を行う。

また、各ビューロー、PCO 等を組織化した「日本コンGRESS・コンベンション・ビューロー（JCCB）」との連携を強化し、担当者レベルの相互交流活動を実施する。

イ インセンティブ旅行（企業報奨旅行）については、日常的に海外における企業の情報を収集することにより、我が国との観光、ビジネス等の交流が密接なアジア地域、特に韓国、香港、中国、タイ及びシンガポール等からの、誘致の促進を積極的に行い、デステイネーションとしての日本を効果的にアピールさせる。

ウ ロンドン、ニューヨーク、ソウル事務所を中心とした海外観光宣伝事務所における情報収集活動を強化し、本部において情報の集約を図ることにより、機動的な誘致活動を実施する。

数値目標

会議開催決定権者の招請事業の実施等、機構が直接的に誘致に関与した結果、誘致に成功した国際会議等（機構の定める基準に合致する国際会議及びインセンティブ旅行）を、平成 14 年度実績と比較して、平成 16 年度に 11 件程度（平成 14 年度比 16.4%相当分の増加件数）増加させ、78 件とする。

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

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

① 年度計画における目標値設定の考え方

中期計画では、国際コンベンション、インセンティブ旅行等の日本への誘致成功件数を、平成 14 年度実績（67 件）と比較して、中期目標期間中に 35 件、50%増加させることとしているが、平成 16 年度計画としては、平成 14 年度実績と比較して 11 件程度、16.4%増加させることとした。

誘致が決定したコンベンションへの国内における開催支援については、中期計画では、コンベンション事業に係る地方のコンベンション推進機関の初任者及び運営に係る幹部を対象としたセミナーを継続的に行うこととしている。また、交付金の交付対象となる国際会議等の要件、申請手続き等の周知を図るとともに、運営の効率化を進め利便性を高めることとした。

② 実績値と取り組み状況

(1) 数値目標に対する実績値

平成 16 年度に、国際会議 58 件、インセンティブ 68 件、計 126 件（平成 14 年

度実績と比較して 59 件、88.1%増加) の誘致に成功し、目標を大幅に上回った。

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

平成 14 年度実績	平成 15 年度実績	平成 16 年度目標	平成 16 年度実績
67 件	77 件	78 件	126 件
国際会議 51 件 インセンティブ 16 件	国際会議 53 件 インセンティブ 24 件	国際会議 56 件 インセンティブ 22 件	国際会議 58 件 インセンティブ 68 件
基準年=100	114.9	116.4	188.1

【参考資料 16 平成 16 年度 国際会議・インセンティブ旅行誘致成功実績】

(2) 取り組み状況

9.11 テロ事件以降の国際会議の開催件数の停滞、コンベンション協賛金都市からの協賛金収入の大幅減少といった環境で、効率的な誘致事業を展開することが、目標達成のための最大の課題となっている。

そのため、平成 16 年度においては、全体的な事業規模の縮小を図りつつも、今後成長が期待できるインセンティブ旅行分野に注力した。具体的には VJC との連携を図った事業を展開した。

その結果、VJC と連携して行ったインセンティブ・ショーケース事業によって、タイから 41 件のインセンティブ旅行の誘致に成功した。

ア 都市・コンベンション推進機関との連携による誘致事業の実施

及び JCCB との連携強化

- ・ 都市・コンベンション推進機関毎に配置した機構担当者が、担当都市との連携を密に行うことにより、最新情報・資料の相互共有、都市との帯同による国際会議主催者へのセールス、担当都市訪問時の会議誘致コンサルティング等の具体的な支援活動を行なった。
- ・ 本部並びに海外事務所が取得した国際コンベンション、インセンティブ旅行等の誘致に係る有効な情報（セールス・リード）を、開催希望のある都市のコンベンション推進機関に対し 145 件提供した。また、開催が決定した会議及び開催の可能性のある会議の情報を、国際会議観光都市及びコンベンション推進機関に 137 件提供した。
- ・ 開催地の決定権を持つキーパーソンの招請事業、海外でのコンベンション見本市への出展、海外でのインセンティブ・セミナーの開催にあたっては、コンベンション推進機関から広く参加を募り、コンベンション等の誘致促進に資する事業を実施した。事業実施後には、フォローアップに努め、誘致を図った。
- ・ 各都市の会議施設や観光情報及び会議開催に際して提供できるサービス等を海外の会議主催者や会議企画会社、旅行会社等に紹介する英文ニュースレターを作成し、年 6 回配信した。
- ・ 「日本コンGRESS・コンベンション・ビューロー（JCCB）」と、IME（国際ミーティング・エキスポ）の共催等により連携を図った。

イ アジア地域に焦点を絞ったインセンティブ旅行の誘致活動の実施

- ・ 韓国、香港、中国、タイ及びシンガポールの各市場において、過去の招請事業参加者、平成 15 年度に実施したマーケット別市場調査の対象企業等に日常的にコンタクトし、情報提供、コンサルティング等を実施し、積極的にインセンティブ旅行の誘致を図った。
- ・ また、ビジット・ジャパン・キャンペーン (VJC) と連携して、上記の国・地域に台湾を加えた計 6 カ国・地域から、インセンティブ旅行を主催する企業、並びに企画する旅行会社の決定権者 (キーパーソン) 47 名を招請し、国内の旅行関係者及び都市コンベンション推進機関との面談を実施した。これにより、平成 17 年度以降に大きな成果が見込まれる。
- ・ VJC と連携して平成 16 年度に誘致に成功したインセンティブ旅行は 131 件 (参加者 20,450 人) に上り、同キャンペーンに大いに貢献した。
- ・ インセンティブ旅行市場の成長が見られる東南アジア及び太平洋地域での日本のプレゼンスを高めるために、韓国市場でインセンティブ・セミナーを開催し、また、タイ及びオーストラリアで開催された専門見本市に熱意のあるコンベンション推進機関とともに出展し、広報に努めた。

ウ 海外 3 事務所における情報収集活動の強化と機動的な誘致活動の実施

- ・ 海外 3 事務所 (ニューヨーク、ロンドン、ソウル) において情報収集活動を強化し、誘致に有効な情報を本部に集約し、きめ細かく管理し、効果的な誘致活動を展開するとともに、国際会議観光都市・コンベンションビューローに対し頻繁に会議開催情報を提供した。

エ 地方のコンベンション推進機関の人材育成の実施

及び寄附金募集・交付金交付制度の運営

- ・ 誘致が決定したコンベンションの開催の準備を円滑に進めるため、国際会議観光都市・コンベンション推進機関を対象に各種人材育成研修会を実施した。
- ・ 平成 16 年度に寄附金募集の協力が決まった国際会議は 21 件で、交付金を交付した国際会議は 33 件 (交付額 553 百万円) であった。

<交付金制度について>

- ・ JNTO の寄附金募集・交付金交付制度は、国際会議主催者の開催支援のために、JNTO が税制優遇措置のある特定公益増進法人として会議開催に賛同する企業等から寄附金を受け入れ、寄附金の範囲内で会議開催に必要な額を交付金として交付する制度である。
- ・ 同制度を活用するためには、一定の要件 (参加者数概ね 200 名以上、内外国人参加者概ね 50 名以上、参加国概ね 10 カ国以上、開催経費概ね 2,500 万円以上) を充足し、有識者 7 名からなる「開催支援審査委員会」の審査を経て公益に資する国際会議であると了承されることが条件となる。

オ 交付対象となる国際会議等の要件、申請手続き等の周知に関しては次の事項を実施した。

- ・ 広報用印刷物、5 千部を作成し、国際会議観光都市、当該コンベンションビューロー、国際会議運営会社 (PCO)、会議主催者へ配布。また、JNTO ウェブサイトで広

報を実施。

- ・ IME（国際ミーティングエキスポ）にブースを出展し、国際会議主催者へ会議のコンサルティングを実施した。また国際会議主催者の会議開催に資する講演会を実施した。
- ・ 運営の効率化を図り捻出した時間で、国際会議主催者へ会議運営経費のコンサルティング等を強化し、利便性を高めた。

(3)17年度以降の新たな施策

- ・ 国内外のデータベースの整備・充実を図り、ロンドン・ニューヨーク・ソウルの3拠点事務所における重点誘致会議を設定し、誘致の強化を図る。
- ・ アジア・太平洋地域会議誘致促進懇談会を開催する（下半期に、東京で実施）。
- ・ インセンティブ旅行誘致のため、VJCとの連携強化を図る。
- ・ 国際競争力強化のため、民間事業者の参画を促進する（平成18年度以降実施）。

③その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

- (1) インセンティブ旅行の一層の誘致促進を図るために、機構サイト内に受け入れに熱心な19都市の詳細を紹介する英文ウェブサイトを作成、掲載した。
- (2) 平成16年度には、次のような人材育成事業を実施した。
 - ・ 平成16年7月、初任者研修:国際会議観光都市及びコンベンション推進機関のコンベンション事業に係る初任者約28名を対象に、基本的講義やグループ討議、施設見学を実施した。
 - ・ 会議運営会社（PCO）の実務担当者を対象に「寄附金募集・交付金交付制度実務研修会」を、平成16年8月に開催、16社から31名が参加した。
 - ・ 平成16年9月にコンベンション推進機関の幹部を対象に幹部セミナーを実施した。
 - ・ 平成17年2月に国際会議観光都市及びコンベンション推進機関を対象に意見交換会を開催し、各地から37名がグループ討議に参加した。
- (3) その他、国際会議観光都市・コンベンション推進機関・国際会議主催者に資する資料の提供を行った。
 - ・ 平成16年9月に2003年版コンベンション統計を500部作成し、またJNTOウェブサイトへ掲載した。
 - ・ 平成16年9月に国際会議カレンダー、見本市カレンダーをJNTOウェブサイトへ掲載した。
 - ・ 平成16年10月、平成17年1月、3月に国際会議主催者に向けた「JNTOコンベンションニュース」を配信し、JNTOウェブサイトへ掲載した。
 - ・ 国際会議主催者へJNTOのコンベンション誘致・開催支援事業を説明したサービスガイドを平成17年1月に5千セット作成し、コンベンション推進機関に配付するとともに国際会議主催者へのセールス活動に活用した。
 - ・ 各地コンベンション推進機関の依頼により、JNTO役員等が委員会委員や顧問等に就任、また後援名義の使用を許可し、国際会議誘致推進に寄与した。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(1) 成果主義に立った事業展開・官民パートナーシップで

諸外国との競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動

>⑤ 通訳案内業試験事務の代行<

【中期目標】

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

【中期計画】

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

【年度計画】

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

① 年度計画における目標設定の考え方

昨年度に引き続き、中期目標にある「適切な語学力と専門の知識をもった人材の開発」のため、『通訳案内業制度等検討懇談会報告書』（国土交通省総合政策局観光部・平成15年2月）に述べられている「試験内容の見直し等による合格者数の増加」、「通訳案内業試験の効率化」について、段階的に進める。

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

- ・ 『通訳案内業制度等検討懇談会報告書』（国土交通省総合政策局観光部・平成15年2月）において、試験のあり方等について指摘された事項について、平成16年度から実行に移した。
 - i. 試験回数を簡素化（試験構成の変更：3段階→2段階）するとともに、「日本地理・日本歴史・一般常識」試験のマークシート化を導入した。
 - ii. 試験問題の一層の平易化を図るために、通訳案内には真に必要とは思われない専門的・学問的な出題を避けるよう、試験問題作成者に強く要請した。同時に、目標平均点に関し、試験委員への試験問題作成時に担当科目別に過去5年分の問題と成績（平均点）を渡して注意喚起した。
- ・ メールによる情報提供、雑誌等への広告掲載等による試験の周知を、試験事務を代行するJNTOとして積極的に行った。
 - i. 電子メール・ブレティンの発行を通じ、受入対策事業紹介日本語ウェブサイト上の通訳ガイド・通訳案内業試験紹介のページ利用を働きかけ、通訳案内業試験の認知度を向上に努めた。
 - ii. 願書配布・受付期間中に、善意通訳者、「i」案内所関係者、国際テーマ地区関係者など約1,900アドレスあての電子メール・ブレティンを発信し、平成16年度通訳案内業試験における試験方法の変更紹介と、出願の働きかけを行った。
 - iii. 各種語学講座テキスト及び新聞紙上に試験の告知を行った。

試験回数の簡素化（3段階 → 2段階）と一部マークシート化

従 来	平成 16 年度
<p>■ 第 1 次試験（外国語－記述式） 例年 7 月、試験時間 2 時間</p>	<p>■ 第 1 次試験その 1 （外国語－記述式） 9 月 5 日 午前 試験時間 2 時間</p>
<p>■ 第 2 次試験 （外国語－口述、人物考査） 例年 9 月 時間 10 分／人</p>	<p>■ 第 1 次試験その 2 （地理・歴史・一般常識） マークシート化 9 月 5 日 午後 試験時間 2 時間</p>
<p>■ 第 3 次試験（記述式） （地理・歴史・一般常識） 例年 10 月、試験時間 2 時間</p>	<p>■ 第 2 次試験 （外国語－口述、人物考査） 11 月 28 日・12 月 5 日 時間 10 分／人</p>

- 平成 17 年度以降の見通し
更に「適切な語学力と専門の知識をもった人材の開発」、「通訳案内業試験の認知度を高める」こと等を目指して、以下のとおり努める。
 - 時代のニーズに合った試験となるよう、問題内容等の改善については、国土交通省の指導を仰ぎながら、平成 18 年度試験に向けて検討していくこととする。
 - 平成 18 年度試験からの願書申請の電子化に向けてシステム開発を行う。
 - アジア言語のガイド数増加を図るため、東京以外においても中国語の第二次試験を実施する。

③その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

通訳案内業試験出願者数の推移

平成 13 年度	6,436 人
平成 14 年度	6,482 人
平成 15 年度	7,122 人
平成 16 年度	7,213 人

【参考資料 17：通訳案内業試験の試験方式変更の案内パンフレット】

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(2) 効率的・効果的な業務運営の促進

>① 事業の再編等<

【中期目標】

過去の経緯から継続している事業のうち、現在の状況に適合していないものについては、例えば日本人海外旅行者に対する海外安全情報の提供事業を廃止するなど抜本的に見直す。

【中期計画】 項目なし

【年度計画】 項目なし

① 年度計画における目標設定の考え方

特記事項なし

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

特記事項なし

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事項

(2) 効率的・効果的な業務運営の促進

>② 業績評価の充実<

【中期目標】

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

【中期計画】

成果主義を徹底するとともに、顧客満足度、費用対効果の向上を図るため、外部有識者による評価を含む業績評価制度を充実し、事業毎に評価を行う。
特に、実施する事業の実績あるいは成果毎に費用の経年比較を行う等、事業のあり方に関して不断の見直しを行う。また、業績評価の結果を踏まえ、従来以上に事業パートナー（地方自治体・観光関連事業者等）のニーズの変化に応えた事業を実施することに努める。

【年度計画】

ア 外部有識者による評価を含む業績評価制度を充実し事業毎に評価を行う。特に、実施する事業の実績あるいは成果毎に費用の経年比較を行う等、事業のあり方に関して不断の見直しを行う。
イ 従来以上に事業パートナー（地方自治体・観光関連事業者等）のニーズの変化に応えた事業を実施することに努める。

① 年度計画における目標設定の考え方

- ・ 機構が実施する事業について適切な評価を得て、不断の見直しを図るため、外部有識者による業績評価を充実させる。
- ・ ビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）により、訪日外国人旅行者の誘致に対する期待とニーズが高まっている一方、地方自治体及び民間事業者は厳しい財政・経営状況に置かれている。このような環境を踏まえ、従来以上に事業パートナーのニーズの変化に応えるための仕組みを整備する。

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

- (1) 外部有識者による業績評価制度として、以下の2つを設置し、開催した。

JNTO アドバイザリー・コミッティー（7月、12月の計2回開催。）

特別顧問会議（9月に1回開催。）

これらの会議における有識者からの指摘を受け、次のような事業を実施した。

○ VJC 事業への積極的参画

ステアリング・コミッティー、WG を設置し、平成 17 年度 VJC 事業の具体的提案を行った。

(2 頁参照)

○ 修学旅行の促進

平成 16 年 10 月に、テグ、釜山、ソウルの 3 箇所に学校関係者、業界関係者等を集めた訪日修学旅行説明会を実施。

また、11 月～1 月にかけて、電話調査及び面接調査を通じ、韓国から日本を含む海外への修学旅行・青少年旅行の市場規模を把握。調査結果を日本の自治体及び韓国の業界関係者等に提供し、今後の改善に役立てるよう努めた。

○ 日本紹介アルバムの制作

世界各国の政治・経済・文化関係等の要人に、日本の観光魅力を直接視覚的に訴え、わが国への関心と理解を喚起することを目的に作成。世界各国の要人が来日した際の記念品、日本政府・経済界の要人が海外を訪問する際の贈呈用とする。

トヨタ自動車、JR 東日本などの協賛を得て、平成 17 年 6 月完成予定。

○ 訪日外客満足度調査の実施

日本旅行を終えて出国する外国人旅行者を対象としたアンケートで、主要調査項目は、訪日前と現在の日本のイメージ、満足した場所・経験、期待はずれだった場所・経験、等。英・仏・独・西・中（繁体字、簡体字）・韓・タイの 8 言語の調査票を準備、国内 7 空港等出国待合室において、1 月下旬から 2 月中旬にかけて 5,161 票を回収した。集計・分析結果の報告書は 6 月に発行。

【参考資料 18 アドバイザリー・コミッティ、特別顧問会議のメンバー】

- (2) 事業パートナーのニーズを的確に把握し、事業に反映させるためには、事業パートナーの JNTO に対する意見を的確に把握する必要があることから、賛助団体・会員を対象に、満足度を図る CSI(Client Satisfaction Index)調査を実施した（平成 17 年 3 月）。今後、同調査を継続的に実施し、事業パートナーのニーズの把握し満足度を高める事業展開に努めることとしている。
- (3) 平成 16 年度は、「インバウンド旅行振興フォーラム」を以下のとおり開催し、国内の事業パートナー（約 400 人参加）に対し、機構の果たす役割、事業内容を説明するとともに、事業パートナーの意見や要望を伺い、事業に反映させることに努めた。
- ・平成 16 年度は、事業パートナーである地方自治体、旅行関係業界を対象として、最新マーケットの動向紹介のほか、海外事務所勤務者による各マーケットの事業相談会を実施し、JNTO のノウハウ、サービスを活用した効果的な海外プロモーションについて理解を高めてもらうことに重点を置いた。
 - ・その中でも、海外事務所長による各国の市場動向や訪日旅行促進手法等に関する講演に対し好評を得ることができた。

インバウンド旅行振興フォーラム

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

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(2) 効率的・効果的な業務運営の促進

>③ 適正な人事制度の確立・人事考課の徹底<

【中期目標】

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

【中期計画】

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

【年度計画】

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

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

① 年度計画における目標設定の考え方

職員の能力及び実績を適正に評価する仕組みを確立し、適切に運用する。

特に海外観光宣伝事務所においては、限られたマンパワーで数多くの事業を展開することから、派遣職員はもとより現地で採用する職員が組織の使命や目標を把握し、組織人として十分に力を発揮し、それぞれ成果を上げることが求められる。

このため、現地採用職員の人事考課を踏まえた処遇の改善を行い、業務への取り組み意欲の向上を図り、中期的な課題として成績優秀な現地採用職員については、将来の基幹職員として登用するため、本部職員として採用する。

② 当該年度における取り組み

(1) 新しい人事制度の構築

以下の通り、新人事制度を平成 16 年 4 月から導入した。

<新人事制度>

新人事制度は、全ての職員に対し、業績評価の結果も参考に定期的に能力と実績を評価し、人事考課結果を処遇に反映させるものである。

- ・ 身上報告書提出時に部長、海外事務所長との面談を実施した上で、自己目標を設定した。
- ・ 等級（資格）及び職階（職務）毎に定める人事評価基準（等級、職階が上位である程厳しい評価基準）に基づき、毎年 4 月に自己評価を行った上で複数人の上長による人事評価を行い、最終的には役員会において決定する。
- ・ 海外事務所職員については、事務所単位での業績評価と組み合わせて評価する。
- ・ この制度により、昇給する者もあるが、評価結果によっては最大 20%の降格・降給となる厳しい措置を講ずるものである。
- ・ 人事評価の結果も踏まえて、適材適所の人事異動を行う。
- ・ 役職手当を役職の責務の重さに応じた率に改定する。この他、賞与の際の管理職加算率、職務加算率についても同様に見直しを行う。

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

- ・ 人事ローテーションを考慮し、若手職員については、近い将来の海外事務所勤務に必要な語学の研修を行わせた。

(3) 現地採用職員の人事考課制度等

従来実施していた現地採用職員の定期昇給制度は平成 15 年度をもって廃止し、年俸制及び人事考課制度を構築した。

平成 16 年度は、当該事務所の事業に著しい貢献があった者、具体的な成果を上げた者のみに貢献度、成果に応じた特別手当を平成 17 年度予算で支給する。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(2) 効率的・効果的な業務運営の促進

>④ 外部人材の活用<

(中期目標)

地方自治体・民間事業者等から有能な人材を登用・活用する。

(中期計画)

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

(年度計画)

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

① 年度計画における目標設定の考え方

事業パートナーのニーズを業務に適正に反映させるとともに、業務を効率的に実施するため、地方自治体・観光関連事業者等から有能な人材を登用し積極的に活用するとしてあり、平成 15 年度に引き続き、地方自治体・観光関連事業者等から人材を受け入れることを目標とした。

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の取り組み

- ・平成 16 年 4 月 1 日より、民間からの理事長を迎え、民間の経験・ノウハウを活かし、様々な経営改革を行った。
- ・観光関連事業者・地方自治体等から出向者を受入れ、それぞれの専門性を担当業務で活用している。
- ・16 年度については、更に有能な人材を積極的に活用すべく、要請を行ったところ、新たに旅行会社 2 社から出向者を受け入れることとなった。

③ その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

- ・平成 15 年度末に観光・旅行・運輸関連の業務経験者等を対象とした中途採用募集広告を行ったところ、283 名の応募があり、試験、面接等を実施して、その中から 16 年度において 15 名を採用した。また、17 年 1 月に 2 回目の中途採用募集を JNTO ホームページにより行い、68 名の応募があり、試験、面接等を実施してその中から 2 名を 17 年 4 月に採用した。
- ・中途採用した者の民間企業等における経験を、組織の活性化、業務の効率化に活用している。

【参考資料 19 平成 16 年度 中途採用募集広告】

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(2) 効率的・効果的な業務運営の促進

>⑤ 海外の在外公館、諸外国の政府、観光関連機関等との連携強化<

【中期目標】

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

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

【中期計画】

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

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

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

【年度計画】

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

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

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

① 年度計画における目標設定の考え方

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

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

ア (1) JNTOは世界の主要13都市に海外観光宣伝事務所を設けており(平成7年5月末現在)、各事務所の日常活動の中で、現地の在外公館、地方自治体を含めた他の公的機関の海外

事務所、民間企業の海外事務所等と緊密に協力、連携している。

(2) VJC市場国では、現地におけるVJCの推進のため、在外公館や関係事業者等で構成されるVJC推進会が設置されており、海外事務所長が推進会メンバーとして参加しているだけでなく、JNTOの海外事務所は在外公館と協力して事務局運営に中核的役割を果たしている。

16年度には新たにVJC対象国となった英、独、仏のVJC現地推進会の立ち上げに積極的に貢献した。

イ (1) JNTOは国土交通省が諸外国の政府と連携して実施する国際観光協議に協力しているが、平成16年度は、下記のような二国間協議に協力し、成果をあげた。

1) 第4回日米観光交流拡大促進協議会ワーキンググループ

:平成16年4月／アメリカ(ロスアンジェルス)

同会議では、機構理事長がインバウンド部会の議長を務め、訪日インバウンド推進に係る議事をリードし、サブコミティを通じたVJC事業への支援について協議した。その結果、JNTOの主導による「FITグループ」、「SITグループ」及び「パッケージ・グループ」の3つのサブコミティが設置され、VJC事業に関する具体的提案等が議論され、VJC事務局等に提出された。

2) 第4回日独観光交流促進協議:平成16年5月／沖縄(宮古島)

同会議では、「愛・地球博」を契機とするプロモーション等、ドイツ市場におけるJNTOの事業展開を説明し、新たなVJC対象国として注目される訪日インバウンド推進に係る議事をリードした。その結果、旅行目的地としての認知度向上および訪日ツアー開発を始めとするJNTOの取組みが認知され、今後のVJC事業を始めとする日本の取組みに資する独側関係者との従来にないネットワークを構築することができた。

3) 第9回日加官民観光定期協議:平成16年5月／カナダ(バンフ)

同会議ではインバウンドの推進に関し、JNTOのカナダ市場における事業取り組みを紹介するとともに相互観光交流をさらに拡大し、2010年には計100万人とする数値目標が設定された。この目標の達成に向けて、新たな訪日市場開拓に向けた現地旅行業界との意見交換の場としてのサブコミティが立ち上げられることとなり、JNTOトロント事務所が事務局としてその役割を担うこととなった。

4) 第19回日韓観光振興協議会:平成16年12月／宮崎

同会議では、2005「日韓共同訪問の年」を契機に両国の観光交流活性化に貢献するため、「韓日交流大祝祭」への協力、沖縄ハネムーンおよび修学旅行等のツアー造成支援を含む韓国市場でのJNTOの事業展開を説明した。全般に訪日インバウンド推進に係る議事をリードし、これにより「日韓の観光交流の促進に関する日韓当局者間の覚書」の締結に貢献した。

(2) また、政府レベルの二国間観光協議だけではなく、民間レベルの経済、友好交流を目

的とする会議にも随時参加している。平成16年度は、日米経済協議会(Japan-U.S. Business Council)が事務局を務める「日本・米国南東部会」の第28回日米合同会議(平成16年10月、米国ジョージア州アトランタ市)に機構理事長が出席し、米国市場におけるJNTOの活動の現状と展望に関する講演を行った。

ウ (1) (社)日本ツーリズム産業団体連合会(TIJ)をはじめ多くの民間関連団体等が参加し、官民が一体となって推進している VJC に最大限の貢献を行った。

その貢献が評価され、17年度からは、市場ごとの VJC 事業の基本方針、具体的事業計画案の策定、個別事業の執行管理等を行う VJC 事業推進チーム(国土交通省、VJC 事務局、JNTO で構成。)の一員として、より主体的、中心的に参加することとなった。

(2) 平成16年度は、9月にTIJ、ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部、(社)日本旅行業協会等と共催で「インバウンドシンポジウム」を東京で開催し、定員400名を上回る 439 名のインバウンド担当者を中心にツーリズム産業関係者が出席した。この中で、同シンポジウムにおいてJNTOの中村理事長がインバウンド振興に向けた新しい JNTO の事業展開について講演を行い、パートナーシップによるインバウンド事業の推進を参加者に訴えた。

(3) 10 月には、(財)アジア太平洋観光交流センター(APTEC)が、世界観光機関(WTO)、国土交通省近畿運輸局と共同で開催した「インバウンド・セミナー2004」に協力し、理事長が基調講演を行った。

(4) また、平成 17年3月には、ウズベキスタン国において(財)アジア太平洋観光交流センター(APTEC)が、世界観光機関(WTO)、国土交通省との共催による「日本-中央アジア文化・観光交流促進シンポジウム」が開催され、理事が講師として参加した。

(5) 平成 17年 3 月に、愛知万博へのアジアからの訪日旅行促進のために、トヨタ自動車(株)と(財)国際観光サービスセンターと共同で、リーダーズダイジェスト・アジア版に PR 広告を掲載した。同誌は、アジア 12 カ国・地域で計 486 万部が発行された。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(2) 効率的・効果的な業務運営の促進

>⑥ (中期計画、年度計画では⑤) ナレッジ・マネジメント (知識経営) の確立<

【中期目標】 項目なし

【中期計画】

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

【年度計画】

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

① 年度計画における目標設定の考え方

・個人や各部局に分散している基礎的な情報やノウハウ等や事業実施に係るデータを一元的に管理し、国内外の役職員がいつでも利用できる環境及びシステムの整備を行う。

② 当該年度における取り組み

(1) 平成 15 年度に運用を開始した「JNTO 情報共有システム」(=Infonet) を業務の遂行に積極的に活用した。

The screenshot shows the Infonet system interface. At the top, there is a navigation bar with 'HOME | 業務管理ファイル | 知恵蔵 | 資料室 | 電子会議室 | 利用の手引き' and buttons for 'ログアウト' and 'ヘルプ'. A callout box points to the 'ログアウト' button with the text '共有システムからログアウト'. Below the navigation bar is a 'メインメニュー' (Main Menu) with icons for 'HOME', '業務管理ファイル', '知恵蔵', '資料室', '電子会議室', and '利用の手引き'. A callout box labeled 'メニュー' points to this menu. To the right, there is a 'システム室からのお知らせ' (System Room Notice) section. A callout box labeled 'お知らせメッセージ' points to this section with the text 'システム室からの最新のお知らせ情報が表示されます。'. Below the main menu, there are four callout boxes with arrows pointing to specific menu items: '業務管理ファイル' (Business Management Files) is described as a place to store files for each business unit; '知恵蔵' (Knowledge Base) is described as a place to accumulate common document formats and business know-how; '資料室' (Resource Room) is described as a place where various documents are published, but general users cannot write; '電子会議室' (Electronic Meeting Room) is described as a connection point for troubleshooting and other system room activities; '利用の手引き' (User Manual) is described as a place where the system manual is displayed (under development).

(2) 平成 16 年度は、事業パートナーに対するサービス実績に関するデータベースを整備し、

上記メインメニューに追加された。

- サービス実績データベースは、JNTO の本部各組織、海外事務所が賛助団体・会員といった事業パートナーをはじめとする団体・企業に対して提供したサービス実績を入力したもので、以下の検索画面から JNTO が実際に提供したサービスの一覧や事例の検索ができる機能を持つことから、事業パートナーに対して JNTO の提供したサービスの実績・内容を示すツールとして活用されている。

🔍 データ検索

担当部署	<input type="text"/>
サービスカテゴリー	<input type="text"/>
実施国・地域	<p>アジア <input type="checkbox"/>日本 <input type="checkbox"/>韓国 <input type="checkbox"/>台湾 <input type="checkbox"/>中国 <input type="checkbox"/>香港 <input type="checkbox"/>タイ <input type="checkbox"/>シンガポール <input type="checkbox"/>マレーシア <input type="checkbox"/>インドネシア</p> <p>欧米 <input type="checkbox"/>米国 <input type="checkbox"/>カナダ <input type="checkbox"/>英国 <input type="checkbox"/>フランス <input type="checkbox"/>ドイツ <input type="checkbox"/>イタリア <input type="checkbox"/>スペイン <input type="checkbox"/>オランダ <input type="checkbox"/>スイス <input type="checkbox"/>オーストリア</p> <p>オセアニア <input type="checkbox"/>オーストラリア <input type="checkbox"/>ニュージーランド</p> <p>その他(下記入力) <input type="text"/> <small>(※スペースまたはコンマで区切って複数入力できます)</small></p>
事業名	<input type="text"/>
事業対象	<input type="checkbox"/> 自治体 <input type="checkbox"/> 案内所 <input type="checkbox"/> 国際観光テーマ地区 <input type="checkbox"/> 業界団体 <input type="checkbox"/> 旅行業関係 <input type="checkbox"/> 宿泊施設 <input type="checkbox"/> 運輸関係 <input type="checkbox"/> 航空会社 <input type="checkbox"/> 空港関係 <input type="checkbox"/> 観光施設等 <input type="checkbox"/> マスコミ <input type="checkbox"/> 一般消費者 その他(下記入力) <input type="text"/> <small>(※スペースまたはコンマで区切って複数入力できます)</small>
サービス内容 (部分一致)	<input type="text"/>
備考(部分一致)	<input type="text"/>
実施年月日	<input type="text"/> 年 <input type="text"/> 月 <input type="text"/> 日 ~ <input type="text"/> 年 <input type="text"/> 月 <input type="text"/> 日
サービス対象の賛助団体・会員	<input type="text"/> 🔍 (検索)

一覧表示

(3)従来各部門で管理・運用していた予算執行状況等のデータベースを新たに構築し、情報の一元化を図ることで、予算執行から出納処理に至る入力作業等の省力化を可能とした新会計システムを開発・導入した。

③中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

平成 16 年度において共有環境の利用促進に一定の成果をあげたことから、次年度以降は意思決定・コミュニケーション環境の改善に努めるべく、意思決定ワーキンググループを発足させた。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(3) 情報の公開・事業成果の公表

【中期目標】

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

【中期計画】

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

【年度計画】

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

① 年度計画における目標設定の考え方

本邦における機構の知名度をあげるため、国内広報を充実させる。

また、独立行政法人として国民への説明責任の観点から組織概要、財務諸表はもとより、事業の成果等についてインターネットを活用して公表し、機構に対する国民の認識と信頼を確保する。

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

(1) 機構の日本語ウェブサイトを活用し以下の資料を公表している。

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

その他、機構の事業パートナーに直接役立つ情報などについて公表している。

(2) 訪日ツーリズム振興にかかわる関係者及び一般の人々へ、JNTOの事業の意義と事業活動をPRするため、記者会見や国土交通記者会へのプレスリリースなどを通じて、JNTOの事業やその成果につき、積極的に広報活動を実施した。さらに、機構の事業の実施内容を広く理解してもらうため、記者発表資料を随時ウェブサイトに掲載している。

・平成16年度の国内広報活動成果は、以下の通り。

一般紙記事掲載・テレビ放映件数	73件	(前年度 41件)
業界紙誌記事掲載件数	157件	(前年度 160件)

【参考資料 20 平成 16 年度報道発表案件一覧】

- (3) 独立行政法人移行後の JNTO を理解してもらうため、冊子「JNTO をご活用ください」「JNTO の平成 15 年度及び 16 年度の事業」、簡易パンフレット「ご活用の手引き」（日英中韓版）を作成した。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(4) 附帯する業務

【中期目標】 項目なし

【中期計画】

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

【年度計画】

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

■国際観光テーマ地区等推進協議会とは

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

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

■日本コンベンション・コンGRESS・ビューロー(JCCB)とは

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

① 年度計画における目標設定の考え方

- ・国際観光テーマ地区等推進協議事務局業務及日本コンGRESS・コンベンション・ビューロー(JCCB)事務局業務については、平成15年10月の独立行政法人化に伴う組織・

業務の見直しの中で、これらの業務についても、受入体制が整った段階で外部に移行し、それによって生じるマンパワーを、外国人旅行者の来訪促進に係る他の業務に投入することを検討することとした。

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

- ・日本コンGRESS・コンベンション・ビューロー（JCCB）については、平成16年度において、同事務局を運営する上でのJNTOの人的貢献を軽減し、組織運営の自立化を進めたが、平成17年度においては、なお一層の自主運営を促すこととする。
- ・国際観光テーマ地区等推進協議会の事務局のあり方については、平成17年7月7日に開催した協議会総会において、議案として提起した。今後、各会員に対し、アンケート調査、意見聴取等を行い、その結果に基づき、関係機関と調整し、方針決定する予定である。

3. 予算、収支計画及び資金計画

【中期目標】

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

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

【中期計画】

(1) 自己収入の確保

地方自治体及び民間事業者の財政・経営状況が非常に厳しいことから、現在、機構の賛助金収入は漸減傾向にあるが、今後、事業パートナーの顧客満足度を高めることにより、地方自治体、民間事業者等からの賛助金拠出の増加を図るとともに、受託事業、募集事業、講演、研修等を積極的に開拓するなど、自己収入の確保を図る。

(2) 予算（人件費の見積を含む。）

別紙

(3) 収支計画及び資金計画

別紙

【年度計画】

(1) 自己収入の確保

地方自治体及び民間事業者の財政・経営状況が非常に厳しいことから、事業パートナーの顧客満足度を高めることにより、地方自治体、民間事業者等からの賛助金拠出の増加を図るとともに、受託事業、募集事業、講演、研修等を積極的に開拓するなど、自己収入の確保を図る。

(2) 予算（人件費の見積を含む。）

別紙

(3) 収支計画及び資金計画

別紙

① 年度計画における目標設定の考え方

地方自治体及び民間事業者が置かれた厳しい状況を踏まえ、事業パートナーに対する説明に重点をおき、事業パートナーの満足度を高めることで、拠出に対する合理的な納得感を得るよう努力する。

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

(1) 自己収入の確保

① 賛助金制度の見直し

平成 16 年度は、安定的な自己収入の確保を図るため、顧客である賛助団体・会員のニ

ーズを把握することにより、顧客満足度の高いサービス提供のできる体制づくりを目指した。

また、各種サービスについても、その内容、提供の仕組みなど常時見直すなど、積極的な勧誘活動を行い、賛助団体及び会員の増加を図った。

<賛助団体・会員数>

	平成 12 年度末	平成 13 年度末	平成 14 年度末	平成 15 年度末	平成 16 年度末
賛助団体数	155	160	161	125	134
会員数				33	60
合計	155	160	161	158	194

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

② コンベンション協賛金制度の変更

平成 16 年度はコンベンション協賛金制度について、従来の定額方式を、拠出する都市等のニーズに応え、「基礎事業」及び「特別誘致活動事業」の項目から希望する事業を選択し、相応額を拠出するメニュー方式に変更した。

また、平成 17 年度については、より効率的なコンベンション誘致事業を実施するために事業のグループ化を行う等、更にコンベンション協賛金制度の見直しを行なった。

③ 事業の開拓等

平成 15 年度に整備した受託事業、募集事業の仕組みを積極的に広報し、これを活用した外国人訪日旅行促進事業、ツアー開発・造成・販売事業等を地方自治体及び観光関連団体等へ提案、実施した。

④ 講師派遣、原稿執筆、委員就任等による自己収入確保の努力

講演・研修等を原則として全て有料で申し受けることにより、自己収入の確保に努めている。平成 16 年度には、57 件の委員会出席、講演、原稿執筆等により、約 381 万円の収入を得た。

なお、講演・研修の終了後、機構の管理部長宛に親展により、派遣した講師に対する評価書の送付を求め、今後の参考に資するよう努めている。

【参考資料 21 コンベンション誘致事業のグループ化と協賛金】

【参考資料 22 平成 16 年度コンベンション誘致事業協賛都市】

(2) 16 年度予算等の執行状況 (表 1～3 参照)

<一般勘定>

平成 16 年度の収入は、計画額 29 億 39 百万円に対して、合計で 72 百万円減の 28 億 67 百万円となっている。この変動の主な要因は以下のとおりである。

- ・ 地方公共団体や観光関連団体の財政が厳しい状況にあることを受け、賛助金・コンベンション協賛金収入が計画額に対して 1 億 2 百万円の減となったこと。
- ・ 一方、共同事業や海外でのプロモーション事業に係る受託業務案件が増加したこと等により、事業収入が計画額に対して 11 百万円の増となったこと、ま

た、講演料収入等の増により事業外収入が計画額に対して 18 百万円の増となったこと。

支出については、計画額 29 億 64 百万円に対して、合計で 1 億 63 百万円減の 28 億 1 百万円となった。この変動の主な要因は以下の通りである。

- ・ 業務経費において事業の効果的な実施時期を選定した結果、一部の事業を次年度に繰越すこと等により、計画額に対して 9 百万円の減となったこと。
- ・ 他方、受託経費についてコンベンション協賛金収入の減に伴う事業の見直し等により計画額に対して 75 百万円の減額となったこと。
- ・ また、人件費については、新人事制度導入に伴う給与見直し等により、66 百万円の減額となったこと。
- ・ 一般管理費については、組織見直し（京都 T I C 閉所）による減等により、計画額に対して 14 百万円の減額となったこと。

< 交付金勘定 >

平成 16 年度の収入は、寄附者からの寄附額が減少したことにより、計画額 9 億 97 百万円に対して 5 億 4 百万円減の 4 億 93 百万円となっている。

支出については、交付金交付額の減及び委員手当や旅費等事業経費の節減により、計画額 9 億 97 百万円に対して 4 億 33 百万円減の 5 億 64 百万円となっている。

表1 予算

[一般勘定]

(単位：百万円)

区 分	中期計画	平成16年度計画		
		計画額	実績額	差額
<収入>				
運営費交付金	10,248	2,243	2,243	0
賛助金・コンベンション協賛金収入	1,646	357	255	△ 102
事業収入	1,507	332	343	11
事業外収入	33	7	25	18
計	13,434	2,939	2,867	△ 72
<支出>				
業務経費	4,021	891	882	9
受託経費	1,798	391	316	75
人件費	6,247	1,370	1,304	66
一般管理費	1,368	312	298	14
計	13,434	2,964	2,801	163

[交付金勘定]

(単位：百万円)

区 分	中期計画	平成16年度計画		
		計画額	実績額	差額
<収入>				
寄附金収入	4,488	997	493	△ 504
事業外収入	1	0	0	0
計	4,489	997	493	△ 504
<支出>				
交付金事業経費	4,489	997	564	433
計	4,489	997	564	433

表2 収支計画

[一般勘定]

(単位：百万円)

区 分	中期計画	平成16年度計画		
		計画額	実績額	差額
<費用の部>				
経常費用	13,432	2,963	2,831	132
業務経費	4,021	891	778	113
受託経費	1,798	391	414	△ 23
一般管理費	7,609	1,680	1,598	82
減価償却費	4	1	37	△ 36
財務費用	—	—	3	△ 3
臨時損失	—	—	0	0
当期利益金	1	0	31	△ 31
計	13,433	2,963	2,863	100
<収益の部>				
運営費交付金収益	10,243	2,266	2,214	△ 52
国際観光振興事業収入	3,153	689	609	△ 80
資産見返運営費交付金戻入	4	1	1	0
資産見返補助金戻入	—	—	25	25
資産見返寄附金戻入	—	—	0	0
事業外収益	33	7	6	△ 1
臨時利益	—	—	5	5
計	13,433	2,963	2,863	△ 100

[交付金勘定]

(単位：百万円)

区 分	中期計画	平成16年度計画		
		計画額	実績額	差額
<費用の部>				
経常費用	4,489	997	564	433
交付金事業経費	4,489	997	564	433
当期利益金	0	0	0	0
計	4,489	997	564	433
<収益の部>				
寄附金収入	4,488	997	564	△ 433
事業外収益	1	0	0	0
計	4,489	997	564	△ 433

表3 資金計画

[一般勘定]

(単位：百万円)

区 分	中期計画	平成16年度計画		
		計画額	実績額	差額
<資金支出>				
業務活動による支出	13,434	2,964	2,865	99
投資活動による支出	—	—	916	△ 916
次期への繰越金	0	0	381	△ 381
計	13,434	2,964	4,164	△ 1,200
<資金収入>				
業務活動による収入	13,434	2,939	2,951	12
運営費交付金による収入	10,248	2,243	2,243	0
賛助金・コンベンション協賛金収入	1,646	357	280	△ 77
事業収入	1,507	332	411	79
事業外収入	33	7	16	9
投資活動による収入	—	—	906	906
前期からの繰越金	—	25	306	281
計	13,434	2,964	4,164	1,200

[交付金勘定]

(単位：百万円)

区 分	中期計画	平成16年度計画		
		計画額	実績額	差額
<資金支出>				
業務活動による支出	4,489	997	563	434
次期への繰越金	0	0	96	△ 96
計	4,489	997	660	337
<資金収入>				
業務活動による収入	4,489	997	493	△ 504
寄附金収入	4,488	997	493	△ 504
事業外収入	1	0	0	0
前期からの繰越金	—	0	166	166
計	4,489	997	659	△ 338

(中期計画)

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5,913百万円を見込んでいる。
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。
3. 運営費交付金の算定ルールは参考資料20のとおり。

【参考資料23 運営費交付金算定ルール】

4. 短期借入金の限度額

【中期目標】 項目なし

【中期計画】

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

【年度計画】

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

【該当なし】

5. その他業務運営に関する重要事項

【中期目標】

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

【中期計画】 項目なし

【年度計画】 項目なし

- ① 年度計画における目標設定の考え方
年度計画なし
- ② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し
年度計画なし

6. 重要な財産を譲渡し、又は担保にする計画

【中期目標】 項目なし

【中期計画】 計画なし

【年度計画】 計画なし

【該当なし】

7. 剰余金の使途

【中期目標】 項目なし

【中期計画】

剰余金が発生した場合には、独立行政法人通則法第 44 条第 3 項の規定による国土交通大臣の承認を受けて、海外からの訪日旅行の促進の効果が高く見込まれる海外宣伝事業費の使途に充てる。

【年度計画】

剰余金が発生した場合には、独立行政法人通則法第 44 条第 3 項の規定による国土交通大臣の承認を受けて、海外からの訪日旅行の促進の効果が高く見込まれる海外宣伝事業費の使途に充てる。

【該当なし】

8. その他主務省令で定める業務運営に関する事項

(1) 人事に関する計画

【中期目標】 項目なし

【中期計画】

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

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

【年度計画】

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

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

① 年度計画における目標設定の考え方

中期計画では、「全ての職員につき能力と実績を評価し、適正かつ厳格な人事考課を実施し、その結果を給与等の処遇に反映することにより人件費の抑制を図るとともに、適材適所の人事配置とする。また、中期計画の下に、人事ローテーション、OJT、研修等により職員の能力の向上を図る。」としており、中期計画の初年度に当たり、平成16年度より導入すべく新人事制度の策定並びに同人事制度に基づき処遇に反映させるとともに適正な人事配置とすることを目標とした。

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

「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) 職員の意欲向上と能力啓発」の、「②当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し」を参照。

③ その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

- (1) 平成16年度に導入した新人事制度に基づき、全ての職員につき、定期的に能力と実績を評価し、適正かつ厳格な人事考課を実施し、これを処遇に反映させた。
- (2) 当機構の賛助団体、会員等から出向者を受け入れた。

8. その他主務省令で定める業務運営に関する事項

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

【中期目標】 項目なし

【中期計画】

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

【年度計画】

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

① 年度計画における目標設定の考え方

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

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

新たな賛助団体、会員制度に基づくサービス提供について、CSI 調査等を通じ常にその見直しを行い、拠出者に対する受益者の説明責任を果たすとともに、新たなパートナーシップの確立を目指す。

3. 予算、収支計画及び資金計画、②当該年度における取り組み(1) (p.49) を参照。

次年度以降も、事業パートナーに対して賛助団体・会員のしくみについて一層の理解を促すとともに適切に運用し、賛助金・会費の拠出に対する合理的納得感の獲得に努め、当機構との連携を強化する。

8. その他主務省令で定める業務運営に関する事項

(3) 査証発給手続きの簡素化・迅速化、

輸送力の増強等の施策を担当する関係機関に適宜要請を行う。

【中期目標】 項目なし

【中期計画】

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

【年度計画】

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

① 年度計画における目標設定の考え方

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

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

平成 16 年 12 月 15 日に宮崎市で開催された第 19 回日韓観光振興協議会にて恒久的な査証免除など訪日査証発給の緩和が討議された。JNTO は日韓観光振興協議会前に行われた数度の関係者事前打合せにおいて、韓国人のスポーツ活動人口の増加、特に、ゴルフ、スキーへの需要の急速な高まりに対して韓国国内では充分に対応が出来ていないこと、訪日修学旅行が大幅に伸びており今後も若年層の訪日は大いに期待できること、など、現地市場動向に関する口頭説明を行い、政府に対して査証免除の恒久化による更なる需要喚起に向けた情報提供など必要なデータ提供を行い協力した。

参 考 資 料

- 1) JNTO の事業提案の中から採択された平成 17 年度 VJC 事業 ……参-1
- 2) JNTO の Vision & Mission (ウェブ版) ……参-2
- 3) 上海事務所開設記念事業 (日中観光交流促進記念事業) 概要 ……参-3
- 4) 上海事務所開設事業に関するマスコミ報道 ……参-4
- 5) JNTO の海外事務所体制 ……参-5
- 6) 訪日外国人旅行者満足度調査に関する報道資料 ……参-6
- 7) 平成 16 年度 VJC 事業の実績 ……参-8
- 8) 平成 16 年度のウェブサイトアクセス数推移 ……参-9
- 9) メディア広報事業の代表的成果 ……参-10
- 10) 媒体種類別・地域別取材協力・招請及び実績件数 ……参-10
- 11) ル・モンド紙掲載訪日観光紹介記事 ……参-11
- 12) 代表的ツアー造成事例 ……参-12
- 13) 「i」案内所制度 ……参-13
- 14) 「i」案内所の指定基準 ……参-15
- 15) 全国「i」案内所リスト ……参-17
- 16) 平成 16 年度 国際会議・インセンティブ旅行誘致成功実績 ……参-19
- 17) 通訳案内業試験の試験方式変更の案内パンフレット ……参-21
- 18) アドバイザリー・コミッティ、特別顧問会議のメンバー ……参-23
- 19) 平成 16 年度 中途採用募集広告 ……参-24
- 20) 平成 16 年度報道発表案件一覧 ……参-25
- 21) コンベンション誘致事業のグループ化と協賛金 ……参-27
- 22) 平成 16 年度コンベンション誘致事業協賛都市 ……参-28
- 23) 運営費交付金の算定ルール ……参-29

- JNTO 関連の用語集 ……参-31

参考資料1 JNTO の事業提案の中から採択された平成 17 年度 VJC 事業

市場名	事業名
韓国	訪日ゴルフツアー促進事業
	訪日スキーツアー促進事業
	修学旅行促進プログラム事業
中国	1市4省における旅行会社企画・販売担当者研修事業
	北京・上海・広東における旅行会社企画・販売担当者研修事業
	日中観光交流セミナー
香港	日港交流年を活用したプロモーション事業(「日本の祭」)
タイ	ITF2005
シンガポール	NATAS Travel Fair(Sept.2005, Mar.2006)
豪州	「ジャパン・ナイト」の開催
	旅行見本市への出展事業
欧州(LON)	映画「Memoir of a Geisha」とタイアップした一般紙における日本特集の発行を核とする訪日旅行キャンペーンの実施
	WTM 2005出展を中心とする業界向け訪日プロモーションの実施
	SITツアー開発／販売支援事業の実施(バードウォッチング)
	日-EU市民交流年の各種イベントを活用したプロモーションの実施
欧州(PAR)	有力ガイドブック制作支援
	観光親善大使の任命とテレビチームの派遣
	旅行見本市への参加
	中高年の富裕層を対象としたSITの開発
	販売担当者セミナーの実施
欧州(FRA)	独国: ツアー造成・販売支援事業
	独国内の日本関係イベント等における訪日観光プロモーションの実施
米国(NYC)	FIT促進事業<ツアー造成活動の強化>
	インターネット予約サイトへのアプローチ<ツアー造成活動の強化>
米国(LAX)	西海岸におけるストップオーバー訪日ツアー造成販売支援事業



JNTO

JNTO の Vision & Mission



新しい時代に対応して自らを変革していくために、Vision&Mission を作成しました。

これからは、その実現を目指して、全役職員が一体となり努力します。

2005年2月 国際観光振興機構理事長 中村 稔

Vision >>>

インバウンド・ツーリズムの振興を通じて、「観光立国」の実現を目指す。

Mission >>>

ビジット・ジャパン・キャンペーンに貢献し、2010年までに訪日外国人旅行者数1000万人を実現させる。

行動指針 >>>

- 私たち職員は、インバウンド・ツーリズムの分野におけるプロフェッショナルを目指します。
- 私たち組織は、多様な個性と能力が存分に発揮されるチームを目指します。
- 私たちは、インバウンド・ツーリズムに関わる全ての人々にとって、高い顧客満足を実現できる重要なパートナーを目指します。

参考資料3 上海事務所開設記念事業（日中観光交流促進記念事業）概要

日 時 : 平成16年8月18日(水)
会 場 : オークラガーデンホテル上海(花園飯店)

第1部 「日中観光交流シンポジウム」 15:30~17:20 参加者:約120人

モデレーター	JAL 上海支店長	田島 伸一
パネリスト	上海市旅游事業管理委員会国際旅游促進処長	朱 承蓉
	江蘇省中旅旅行社有限公司副總經理	顧 石湖
	浙江婦女国際旅行社有限公司總經理	楊 寒英
	国土交通省総合観光政策審議官	鷺頭 誠
	国際観光振興機構理事長	中村 稔
	日本旅行業協会副会長	船山 龍二

第2部 「日中観光交流促進記念式典」 18:10~18:50 参加者:約250人

主催者挨拶	JNTO 理事長	中村 稔
来賓挨拶	参議院議員	藤野 公孝
	上海市副市長	唐 登杰
	国土交通事務次官	岩村 敬

第3部 「日中観光交流懇親会」 18:50~20:50

主催者挨拶	JNTO 理事長	中村 稔
来賓挨拶	参議院議員	藤野 公孝
	上海市旅游事業管理委員会主任	姚 明宝
乾 杯	上海総領事	杉本 信行
懇親		
来賓紹介		
沖縄県嘉数昇明出納長による挨拶とエイサー紹介		
沖縄伝統芸能エイサー披露		
閉会の挨拶	JNTO 理事長	中村 稔



日本政府旅游局在华设立第三个办事处

JNTO 上海事務所成立

<http://www.jfdaily.com> 2004-8-19 0:27:01

稿件来源: 新闻晨报

晨报记者马伟伟报道 8 月 18 日, 日本国际观光振兴机构(JNTO)在上海成立上海观光宣传事务所。这也是日本政府旅游局继香港、北京之后, 在中国成立的第三个办事处。

JNTO 上海事務所所长平田真幸接受记者采访时表示, 这将进一步促进中日旅游的发展。上海旅游事业管理委员会国际旅游促进处处长朱承蓉则表示, 日本作为沪上第一入境客源国, 2002 年, 来沪的日本游客达到了 82 万人次, 今年仅上半年, 来沪入境游客达到 54 万人次, 与 2002 年相比, 增长了 37.5%。据了解, 目前沪上能够办理赴日签证的旅行社共 8 家, 但符合这一条件的则有 32 家之多, 朱承蓉表示, 将会与日方进行协商, 以期扩大这一队伍。

《記事要約》

8 月 18 日に日本国際観光機構 (JNTO) 上海事務所が設立した。この事務所は香港・北京に次いで中国において日本政府が設置する 3 ヶ所目の事務所となる。

JNTO 上海事務所平田所長は「当事務所の主な役割は、中日旅行の発展・促進を目指すものだ」と述べた。上海旅游事業管理委員会国際旅游促進処朱処長は、日本は上海に対する最大の送客国であることにふれるとともに、今後は現在 8 社にとどまっているビザ発給対象旅行会社が 32 社に増え、訪日旅行が拡大していくことに期待していると述べた。

参考資料5 JNTOの海外事務所体制

	派遣職員数		現地職員数		合計	
	現在	増減	現在	増減	現在	増減
アジア・オセアニア	14	+3	18	+3	32	+6
ソウル	3		5		8	
北京	3	+1	3		6	+1
上海	2	+2(新設)	3	+3(新設)	5	+5(新設)
香港	3		2		5	
バンコック	1		3		4	
シドニー	2		2		4	
欧州	7		10	-1	17	-1
ロンドン	3		4	-1	7	-1
パリ	3		3		6	
フランクフルト(分室)	1		3		4	
米州	11		11		22	
ニューヨーク	5		5		10	
ロスアンジェルス	3		2		5	
サンフランシスコ(分室)	1		2		3	
トロント	2		2		4	
全体	32	+3	39	+2	71	+5

(注)職員数は、平成17年3月31日現在。増減数は平成16年3月31日との比較

報道資料



ジェイ・エヌ・ティー・オー

JNTO (国際観光振興機構)

<http://www.jnto.go.jp>

平成 17 年 6 月 24 日

理事長 中村 稔

**JNTO「訪日外国人旅行者満足度調査」の結果まとまる
—訪日外国人旅行者の94%が再訪日を希望—**

1. JNTO (独立行政法人国際観光振興機構) では、訪日外国人旅行者(外客)の日本観光に対する満足度を測定し、外客が何に満足しているか、何に不満を抱いているか等を明らかにし、国内受入対策の改善に資する参考資料とするため、「訪日外国人旅行者満足度調査」を実施し、この程、報告書をまとめたところである。(本調査は、平成 17 年 1 月～2 月にかけて国内主要 7 空港等の C I Q エリアで、訪日旅行を終了し出国直前の外国人旅行者計 5,161 名に対し、国籍別バランスも考慮して実施。)
2. 本調査結果で全体的傾向として判明した主な事項は：
 - (1) 訪日前/訪日後の印象の変化
 - ①「日本の人々が親切で礼儀正しい」イメージは、訪日後、更にアップ
 - ②「美しい都市景観」「素晴らしい歴史と文化」のイメージは訪日後ダウン
 - ③「物価が高い」という印象は、訪日後、若干減少
 - ④「言語障壁」が、訪日後、更に悪い印象として高まった
 - (2) 満足した/失望した人の多い場所
 - ①「東京都区内」「京都」「大阪市」が満足した人の多さではトップ
 - ②一方、同じく「東京都区内」「大阪市」はごみごみして人と車が多すぎるためマイナス評価でもトップ
 - (3) 再訪日の希望については、94%が「チャンスがあれば再訪したい」(香港では 85%)
 - (4) インターネットで事前情報収集している人は 54%
 - (5) 日本滞在中の個人支出額(自国で支払った航空券等は除く) 1 人あたり支出額約 16 万円(1 人 1 日平均 28,000 円)
3. なお、居住地別に見ると、上記 2. の事項のうち、欧米系とアジア系、国・地域別でも傾向が異なっているものが散見される。

例：「日本の人々が親切で礼儀正しい」という印象について、欧米諸国では訪日後 5 割に達するが、アジア諸国では低く、特に台湾、中国、香港が 2 割台と極端に低い。

また、満足度の高い地域として、香港居住者は「北海道」を高く、韓国からの訪日客が「別府」「福岡」など九州地区を他国より推している。

担当:事業開発部
部長:加藤
担当:中澤、上村
電話(03)3216-1905
FAX(03)3216-6026

訪日前後の日本のイメージ(印象)の変化

訪日前の日本の印象(A)		訪日後の日本の印象(B)		差(C)
単位:%				
1	日本人々が親切・礼儀正しい 33.2	日本人々が親切・礼儀正しい 39.3		6.1
2	都市の景観が美しい 25.3	物価が高い 22.3		-2.0
3	物価が高い 24.3	食事が美味しい 22.0		2.5
4	文化と歴史が素晴らしい 22.0	都市の景観が美しい 20.5		-4.8
5	食事が美味しい 19.5	サービスが良い 20.2		3.9
6	サービスが良い 16.2	便利な／進んだ交通機関 17.9		6.0
7	高い生活水準 15.0	文化と歴史が素晴らしい 17.2		-4.8
8	美しい自然／田舎 12.5	美しい自然／田舎 13.3		0.8
9	産業／工業製品の好イメージ 12.2	高い生活水準 12.2		-2.8
10	便利な／進んだ交通機関 11.9	治安が良い 11.5		2.1
11	にぎわい・活気がある 11.2	にぎわい・活気がある 9.0		-2.2
12	治安が良い 9.5	産業／工業製品の好イメージ 8.5		-3.7
13	ショッピングが楽しめる 7.8	ショッピングが楽しめる 8.5		0.7
14	映画、アニメ、音楽の好イメージ 6.6	言語障壁 6.5		1.8
15	言語障壁 4.7	適切な価格 4.8		1.0
16	適切な価格 3.8	映画、アニメ、音楽の好イメージ 3.6		-3.1
17	食事が合わない／不味い 2.9	言葉が通じ易い 3.0		0.9
19	言葉が通じ易い 2.1	食事が合わない／不味い 2.2		-0.6
21	都市の景観が美しくない 1.9	都市の景観が美しくない 2.0		0.1
22	日本人々が不親切 1.6	交通機関が不便 1.8		0.7
23	交通機関が不便 1.1	生活水準が低い 1.5		0.7

資料:JNTO訪日外国人旅行者満足度調査(2005年2月に全国の7空港・海港で実施した面接調査／標本数5161票)
注:3つまで選択できる複数回答 備考:Cは訪日前後のポイント差(C=B-A)、訪日後1.5%未満は省略

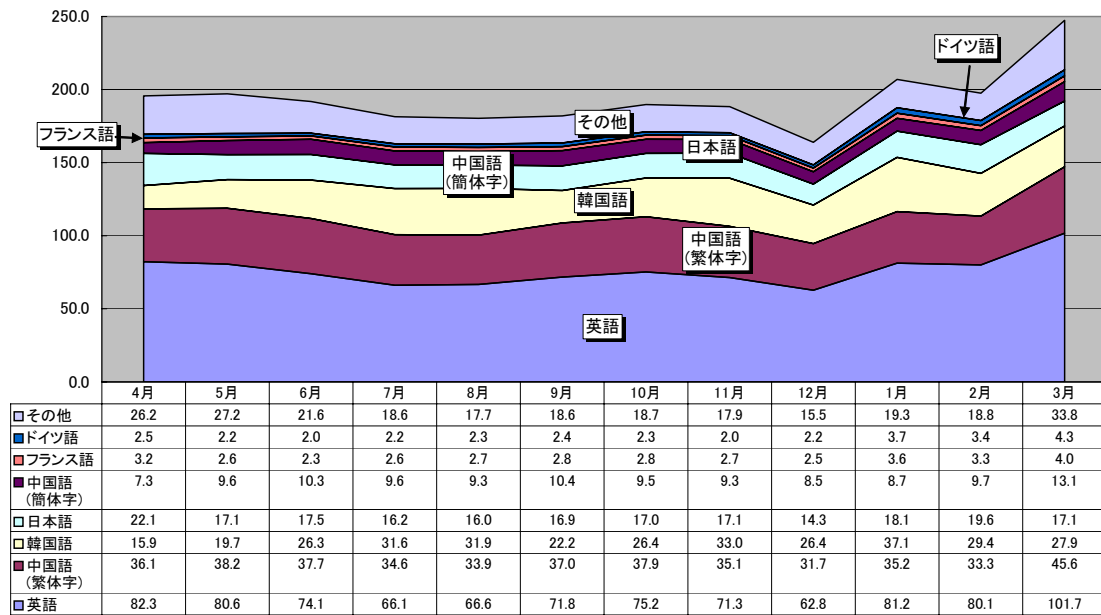
参考資料 7 平成 16 年度 VJC 事業の実績

市場	担当事務所	事業名
韓国	SEL	韓国国際観光展 (KOTFA2004) 出展事業
	SEL	韓国修学旅行造成
	SEL	訪日ゴルフ・スキーツアー促進事業
	SEL	韓日交流大祝祭
中国	BJS、SHA、HKG	中国における旅行企画・販売スペシャリスト現地研修事業の企画・実施
	BJS	北京国際観光博覧会 (BITE2004) 出展事業
	BJS	中国遼寧・東アジア国際観光博覧会 (EAITF2004) 出展事業
	本部	中国4省1市訪日観光団体第一陣歓迎式典
	BJS	2004年中国青島ジャパンフェア
	BJS、HKG	中国(北京・広州)青少年研修旅行推進事業
	SHA	上海CITM出展事業
	BJS、SHA	地方空港活用ツアー造成事業
	BJS、HKG	日中観光交流事業
香港	HKG	香港国際旅遊展 (ITE2004) 出展
	HKG	関西新発見の旅
	HKG	チャイニーズ・ニューイヤー・パレード関連事業
米国	LAX、SFO	ロサンゼルス・サンフランシスコVJC推進会
	NYC、LAX、SFO	米国ツアーオペレーター招請事業
	NYC	AARP年次総会併設展示会出展事業
	NYC	米国SIT招請事業
	NYC、SFO	リテーラーを対象としたセミナー開催事業
	NYC	太平洋序曲を活用したプロモーション事業
	LAX	LAタイムズトラベルショー出展
	NYC	NYタイムズトラベルショー出展
欧州 (英国)	LON	英国VJC推進会
	LON	ロンドンにおける VISIT JAPAN タウンミーティング
	LON	WTM2004出展事業
	LON	英国メディア招請事業
	LON	英国旅行会社招請事業
欧州 (仏国)	PAR	仏国VJC推進会
	PAR	仏国メディア招請事業
	PAR	SMT2005出展事業
	PAR	仏国旅行会社招請事業
欧州 (独国)	FRA	独国VJC推進会
	FRA	独国旅行会社招請事業
	FRA	ITB2005出展事業

参考資料 8 平成 16 年度のウェブサイトアクセス数推移

平成16年度	アクセス 総数	英語	中国語 (繁体字)	韓国語	日本語	中国語 (簡体字)	フランス 語	ドイツ語	その他
4月	1,957,122	822,522	361,487	159,434	221,111	72,804	31,991	25,402	262,371
5月	1,971,112	805,900	381,644	196,514	171,201	95,508	26,277	22,445	271,623
6月	1,918,563	740,978	376,933	262,970	175,472	103,270	22,968	19,839	216,133
7月	1,814,965	661,179	345,956	315,642	162,299	95,534	26,452	21,666	186,237
8月	1,803,010	665,602	338,784	319,126	160,204	92,703	27,275	22,525	176,791
9月	1,820,121	717,529	369,540	222,027	168,855	103,503	28,467	24,284	185,916
10月	1,898,186	751,928	378,738	264,354	169,500	95,238	28,195	23,014	187,219
11月	1,884,256	713,270	350,863	329,972	171,442	92,589	27,101	19,895	179,124
12月	1,639,552	628,463	317,252	263,967	142,882	84,683	25,429	21,547	155,329
1月	2,068,514	812,300	352,220	370,716	181,137	86,569	35,625	36,871	193,076
2月	1,975,512	800,577	333,264	293,651	195,526	96,767	33,426	34,061	188,240
3月	2,473,076	1,016,528	455,871	278,719	171,267	130,726	39,762	42,650	337,553
上期合計	11,284,893	4,413,710	2,174,344	1,475,713	1,059,142	563,322	163,430	136,161	1,299,071
下期合計	11,939,096	4,723,066	2,188,208	1,801,379	1,031,754	586,572	189,538	178,038	1,240,541
年度合計	23,223,989	9,136,776	4,362,552	3,277,092	2,090,896	1,149,894	352,968	314,199	2,539,612

平成15年度のウェブサイトアクセス数推移



参考資料9 メディア広報事業の代表的成果

メディア広報事業の代表的成果(平成16年度)

国・地域名	媒体名(種類)	発行部数又は視聴者数	記 事 概 要
韓国	ユリファ(ガラスの華) (テレビ)	660万人 (推定)	人気俳優が出演の新作ドラマで、主に神戸を舞台として、その異国情緒溢れる景観が2回にわたって放送された。
中国	時尚旅遊 (月刊誌)	32万人	伏見稲荷の初詣や京料理など魅力的な写真とともに、年末年始の京都の風景を詳細に紹介。観光地と交通、レストランなどの具体的な紹介をした別冊も併せて発刊された。
中国(香港)	KMBバス社内ロードショー (路線バス社内での情報TV)	1210万人	香港最大の路線バス社内の乗客向けTVで、東京、箱根、テーマパーク等、多くの観光施設を魅力的に紹介。
シンガポール	Sync or Swim (Discovery Channel) (テレビ)	630万人	プレゼンターが沖縄、金沢、弘前、恐山、大阪といった日本各地を紹介した他、三味線、温泉、地方の産物、地方の市場等も紹介。
タイ	Insight the World (テレビ)	15万人	宮島や京都の世界遺産をゆっくりとしたカメラワークでじっくり紹介した教育的番組。延べで150分間放送された。
オーストラリア	Sunday Mail, Escape (日刊紙の日曜版)	58万部	Japan Rail Pass、宿泊の節約、安価な食事など様々な方法で、低廉な訪日旅行のノウハウを紹介。
カナダ	Toronto Star (日刊紙)	67万部	自然、歴史にあふれる場所として九州を取り上げ、主に阿蘇山、熊本城などの観光地をはじめ、そば手打ち体験、地元の屋台などの日常風景も紹介。
米国	AM KLAU (ラジオ)	170万人	寺社仏閣、日本食、温泉、鎌倉などの東京とその周辺の観光魅力を対談形式で紹介。再放送も含め延べで120分の放送となった。
米国	World Traveler (航空会社機内誌)	35万部	名古屋を中心に愛知万博、中部国際空港、豊田市、半田市、名古屋球場での野球観戦などを7頁・写真入りで紹介。
英国	BBC Fast Truck (テレビ)	2億5,400万人	2002年サッカーワールドカップのホスト都市のその後、訪日観光における言語障壁緩和手法、日本政府のVJCへの取り組み、新幹線の運行管理など、様々なテーマに基づいて紹介。
ドイツ	ZDF (テレビ)	850万人	江戸時代の日本を舞台に、その時代の欧州(ポルトガル、スペイン、オランダ)と日本との関係や、茶、神道、刀といった日本の伝統文化を紹介した45分間のドキュメンタリー番組。
フランス	Le Monde (日刊誌)	40万部	高野山の歴史と現代を、大きな写真を使用しつつ印象的に紹介。

参考資料10 媒体種類別・地域別取材協力・招請及び実績件数

平成16年度メディア広報事業取材協力等・成果件数(媒体種類別・地域別内訳)

媒体の種類	米州		欧州		豪州		アジア		計	
	取材協力等	成果	取材協力等	成果	取材協力等	成果	取材協力等	成果	取材協力等	成果
雑誌	23件	21件	21件	50件	9件	11件	25件	32件	78件	114件
新聞	20件	19件	16件	30件	2件	19件	17件	27件	55件	95件
テレビ	4件	2件	6件	13件	0件	5件	8件	8件	18件	28件
ガイドブック	3件	1件	7件	4件	2件	3件	1件	3件	13件	11件
その他	5件	10件	1件	1件	1件	4件	0件	3件	7件	18件
合計	55件	53件	51件	98件	14件	42件	51件	73件	171件	266件

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

* 実績値には、前年度以前に取材協力・招聘した成果が含まれる。

* その他の分類には、ラジオ・ウェブサイト等が含まれる。

2004年10月14日付・仏国ル・モンド紙掲載
訪日時期：平成16年4月1日～9日

記者名：Ms. Florence Evin
取材地：高野山、東京



《記事要約》 霊魂の山—高野山

紀伊半島にある仏教の聖地高野山では、別の世界が始まる。

今日この村には50軒程の宿坊があり、宿と食事が提供される。畳の上で摂る夕食と朝食は繊細な精進料理である。殺生錦糸の戒律に従ったこの料理は、年月を経て芸術になった。卵の代わりに山芋が使われ、にんにくと玉ねぎは使われず、きのこ、野生の薬草や山菜、季節の野菜が、丁寧に焼いたり、煮たり、揚げて天ぷらにされ、味噌汁と共にご飯やデリケートな豆腐料理と付け合わされる。見た目に美しく、食べて美味しい。高野豆腐はこの地で偶然に僧が冬に豆腐を凍らせてしまったことから生れたが、非常に美味しいので、もう1つの特産の胡麻豆腐と同じく日本全国に広まった。

午前5時、高野山が目覚める。寺の障子が開く。銅鑼の音が朝課を告げる。僧と一般人が席に着く。仏壇の前に供物が捧げられる。線香の煙が精神の静けさを研ぎ澄ましている間、薄明かりの中で詠唱が始まる。春夏秋冬、祭司は大日如来を称える経典を繰り返す。奥の院へ続く道の脇には石灯籠が並んでいる。30万以上の墓が散在し、存在のはかなさを思わせる。樹齢何百年もの大木の陰に、種々の苔が、貴族や武士の大家の石碑も、より貧しい者の墓も、同じように覆っている。日本人が言う「もののあはれ」が厳しい静寂の中に感じられる。

今夏、ユネスコ世界遺産に登録され、高野山は美しい自然の中に、「幸福への道はない、幸福は道である」という仏教の格言を具現化している。

豪学生が日本で修学旅行体験

■JNTO、教育関係者にアピール

国際観光機構(JNTO)はオーストラリアの高校生 5 人を「観光学生大使」に任命し、9 月 29 日から 5 泊の日程で日本に招請した。学生の目から見た訪日修学旅行をオーストラリアの同世代の学生や教育関係者にアピールしてもらうことで、日本での交流や文化体験の現状への認識を深め、観光地のプロモーションにつなげて 訪日修学旅行のイメージアップを図った。

観光学生大使は、京都で和菓子の手作り体験と川床料理を体験し、横浜市での学校訪問とホームステイ、日本旅館での宿泊と東京ディズニーリゾートを視察した。視察旅行の感想文は、オーストラリアの雑誌に記事広告として掲載され、また教育関係者を対象に全豪 7 都市で実施される訪日修学旅行促進セミナーで、体験談が披露され 日本での体験をアピールした。

旅フェア JNTO 2005 インバウンド事業でジャパン・スタディツアー

■インバウンド促進の加速狙い

4 月 22 日の国際観光振興機構(JNTO)は、「旅フェア」開催の機会を捉え、インバウンド商談会を前に、主に韓国、台湾、中国などアジアからの参加バイヤー約 35 人を対象にスタディツアーを実施した。4 月 18～20 日に行ったわれたもので、(1)週末や短期の連休を利用したアジア旅行者、(2)自由時間を観光にあてるビジネス客、(3)成田空港周辺での時間の余裕ができた旅行者、(4)ストップオーバー客をそれぞれ想定したプログラムを組んだ。

18 日に実施したのは鬼怒川・日光を中心に回るもので、「世界遺産コース」では日光東照宮をはじめ 2 社 1 寺を訪れた。このほか鬼怒川・川治温泉を巡る温泉コースと、東武ワールドスクエアなどテーマパークを訪れるコースとに分かれ、この日は鬼怒川温泉に宿泊。翌 19 日は、早朝、鬼怒川温泉内の宿泊施設を視察した後、東京に移動した。都内では、文化複合施設の代表として六本木ヒルズを訪れるコースと、11 日にオープンしたばかりの東京プリンスホテル・パークタワーを新規開業宿泊施設として視察するコースに分かれた。その後、希望者は東京フリーキップを利用して東京都が運営するボランティアガイドツアー(①新宿・デパ地下、②皇居・外苑、③小石川後樂園・神楽坂)に参加してもらい、東京の利便性と魅力を体験。最終日の 20 日は空港で時間の余裕ができた旅客を想定し、成田・佐倉・酒々井コースでは、「房総のむら」で和紙ろうそくの作成体験を行ったほか、成田山新勝寺なども訪れた。佐原コースでは、小野川沿いの歴史的町並みを巡ったほか日本酒を試飲するコースも設けた。

(出所)TJ Web News

1. 「i」案内所とは？

訪日外国人は年間 614 万人(2004 年)に及び、その旅行形態は多様化するとともに、地方旅行志向が強まる傾向にもあります。地方自治体やその関連団体では、観光案内所を運営し、日本人旅行者への観光情報提供に加え、外国人旅行者に対する当該地域の詳しい着地情報を提供するなど、より一層の受入体制の整備がされているところであります。

国際観光振興機構では、海外の観光宣伝事務所 13 ヶ所で日本の観光宣伝と広報活動を繰り広げ、国内の総合観光案内所 (TIC: Tourist Information Center) では情報提供・案内業務を行うとともに、同時に、国内における各種の外国人受入体制整備も進めています。

その一環として、国内各地にある観光案内所に、人的・物的面における外国人受入体制の整備を推進するよう呼びかけており、整備された観光案内所を「i」案内所(「i」は information の略称)と称して指定し、全国の「i」案内所間における外客向け観光情報提供ネットワーク(「i」システム)の強化を図っています。

ネットワーク化の具体的な実績としては、「i」案内所における情報・印刷物交換などの協力体制を確立しつつあることや、外国人旅行者に対して次の目的地の着地情報を得られる他地域の「i」案内所を紹介する体制を確立しつつあることなどが挙げられ、訪日外国人に対する情報提供網が構築されつつあります。

「i」案内所は、地方自治体などの公的団体が運営を行っており、平成 17 年 4 月現在、全国に 121 ヶ所あります。「i」案内所は、外国人旅行者に対し、口頭や印刷物などの外国語を通じて、旅行及び観光レクリエーションに関する地方の着地情報を提供できる公的な観光案内所として機能しており、都市の中心部、主要な交通拠点あるいは主要な観光地に存在しています。

また、国際観光振興機構が運営する総合観光案内所 (TIC) は、外国人旅行者が最も集中する東京にあり、「i」案内所が行う着地情報の提供に加えて、全国の観光案内所の中核的存在として、日本についての一般基本情報、全国各観光地の概要等も含めた総合観光情報を提供しています。

現在、地方の「i」案内所と国際観光振興機構の総合観光案内所 (TIC) の両者 122 ヶ所が連携を取り合っており、「i」システムを構築し、これを維持・発展させながら、その所在を一括して外国人旅行者に広報すると同時に、誘導標識として「？」で表した共通マークを使用しています。

2. 「i」案内所への支援措置

「i」案内所の指定を受け、「i」システム・ネットワークに加入することは、次のような意義と長所があります。

- ① 日本の観光情報を紹介する当機構発行の各種パンフレットに「i」案内所の所在地を掲載して、海外(当機構の海外観光宣伝事務所、国際観光旅行見本市など)と国内(当機構の外国人総合観光案内所、地方の「i」案内所など)で広報します。これらのパンフレットは、外国人旅行者のみならず、海外の旅行ガイド出版界などで参考資料として使われることもあります。
- ② 「i」案内所職員とその運営主体の職員を集めて、年 1 回「i」システム研修会を開い

ています。各「i」案内所が抱える諸問題を把握し、改善策や解決策を模索したり、案内業務のノウハウを提供しあったり、案内所間の親睦を深めたりして、「i」案内所の連携を強めるための有益な意見交換の場として活用することができます。

- ③ 「i」案内所からの要望に従い、一定部数に限り、当機構が作成した日本の観光情報に関するパンフレットを無料で提供することができます。但し、送料は着払いとなります。
- ④ 「i」案内所に役立つ各種の情報を掲載した「i」システムの機関誌である「i-BULLETIN」を年2回発行いたします。
- ⑤ 当機構のホームページ上に開設しております「i」の広場を活用し、各「i」案内所間で情報交換をしていただけます。

外国人旅行者（以下「外客」という。）の対応可能な観光案内所である「i」案内所の指定基準を次のとおり定める。

1. 運営主体

地方公共団体、観光連盟（協会）または運輸機関等が運営する案内所であること。

2. 立地

交通拠点（駅、港、空港、バスターミナル等）より至近距離にあること。そうでない場合にあつては、著名観光地等外客にわかりやすい場所にあること。

3. 表示等

- (1) 交通拠点より案内所に至るまでの間、英文、ピクトグラフ（「？」マーク）等による誘導表示が整備されていること。
- (2) 案内所の目のつきやすいところに「？」マーク及び英語で“INFORMATION”または“TOURIST INFORMATION”の表示または看板を設置すること。
- (3) 交通拠点に設置してある案内板等に案内所の所在箇所を分かりやすく表示すること。

4. 施設

- (1) 建造物内にあり、風雨がしのげる施設であること。
- (2) 質問待ちの人々が通行人の妨げとならないよう、客溜まりのスペースがあることが望ましい。

5. 設備及び物品

- (1) 基本的に必要な設備及び物品
 - ① カウンター
 - ② 外客用パンフレット、地図
 - ③ パンフレットケース
 - ④ 外客用情報ファイル
 - ⑤ 電話番号帳
 - ⑥ 交通機関の時刻表
 - ⑦ 複写機
 - ⑧ 情報案内板（黒板等でイベント等動態情報の掲示ができるもの）
- (2) 備えておくことが望ましい設備及び物品
 - ① ファクシミリ
 - ② パソコン（インターネット環境整備済みのもの）
 - ③ 観光案内ビデオ（機器、ソフト共に）

6. 案内所職員

外国語（基本的には英語）のできる者が常駐し、案内を行うこと。

7. 業務

- (1) 外客に対し、旅行、観光に関連する案内・情報提供を行うこと。
- (2) 案内所職員が対応できない外国語について、通訳等の協力が得られる人（善意通訳等）のリストを常備しておくこと。
- (3) 予約に関わる業務については、案内所の任意とするが、公正中立の正確を維持すること。

8. 開所時間、休日等

- (1) 開所時間 原則として午前9時から午後5時の間に開所していること。
- (2) 休日 年中無休が望ましい。

9. 保有すべき情報

- (1) 案内所の所在地及びその周辺地区についての旅行、観光、その他の情報
- (2) 外国語の通じる医者、病院、その他緊急連絡先のリスト
- (3) 交通機関の時刻、料金等についての情報、国際線航空会社の予約電話番号、主要都市・観光地までのアクセス方法
- (4) 外客受入れ可能な宿泊施設のリスト（低廉宿泊施設情報を含む）
- (5) 外客が容易に利用できる飲食施設のリスト
- (6) 両替、クレジットカードによる現金の引き出しができる場所についての情報
- (7) 他の「i」案内所等、各種情報照会先のリスト
- (8) 善意通訳のリスト
- (9) 在日外国公館のリスト
- (10) その他必要と考えられる情報

「i」案内所 県別設置状況

2005.5現在

番号	県名	県別案内所数	都市名 (都市別案内所数)	案内所名	
1	北海道	6	札幌市(3)	札幌市観光部観光案内カウンター「カッコウの窓口」	
2				札幌 国際プラザi(アイ)	
3				札幌国際プラザ国際情報コーナー	
4			千歳市(1)	新千歳空港総合案内	
5				函館市(1)	函館市観光案内所
6				七飯町(1)	七飯町大沼国際交流プラザ
7	青森県	8	青森市(3)	青森県観光総合案内所	
8				青森市観光案内所	
9				青森空港観光総合案内所	
10			弘前市(2)	弘前市観光案内所	
11				弘前市立観光館	
12			三沢市(1)	三沢空港総合案内所	
13			八戸市(1)	はちのへ総合プラザ	
14			十和田湖町(1)	十和田湖総合案内所	
15	岩手県	4	盛岡市(3)	盛岡市観光文化交流センター	
16				北東北観光センター	
17			岩手県観光協会		
18	一関市(1)	一関観光案内所			
19	宮城県	3	仙台市(2)	仙台市総合観光案内所	
20				仙台国際センター交流コーナー	
21	松島町	松島海岸駅前案内所			
22	秋田県	5	秋田市(1)	秋田市観光案内所	
23			田沢湖町(1)	田沢湖観光情報センター	
24			鹿角市(1)	十和田八幡平観光物産協会観光案内所	
25			角館町(1)	角館町観光情報センター「駅前蔵」	
26			男鹿市(1)	男鹿観光案内所	
27	山形県	3	東根市(1)	山形空港総合案内所	
28			山形市(2)	やまがた観光情報センター	
29				山形駅観光案内所	
30	福島県	4	福島市(2)	福島市観光案内所(JR福島駅東口)	
31				福島市観光案内所(JR福島駅西口)	
32			会津若松市(2)	会津若松駅観光案内所	
33				鶴ヶ城観光案内所	
34	茨城県	2	土浦市(1)	土浦市観光案内所	
35			つくば市(1)	つくば市観光案内所	
36	栃木県	3	宇都宮市(1)	宇都宮市観光案内所	
37			日光市(2)	日光郷土センター	
38				東武日光駅構内観光案内所	
39	群馬県	1	前橋市(1)	群馬県高崎観光案内所	
40	千葉県	6	成田市(2)	成田市観光案内所	
41				成田観光館	
42			千葉市(3)	千葉市観光情報センター	
43				千葉市幕張観光情報センター	
44				幕張メッセインフォメーションセンター	
45			柏市(1)	かしわインフォメーションセンター	
46	東京都	1	台東区(1)	浅草駅外国人旅行センター	
47	神奈川県	7	横浜市(5)	神奈川県観光協会観光案内所	
48				横浜観光コンベンション・ビューロー新横浜駅構内観光案内所	
49				横浜観光コンベンション・ビューロー産業貿易センター観光案内所	
50				横浜観光コンベンション・ビューロー横浜駅観光案内所	
51				横浜観光コンベンション・ビューロー桜木町観光案内所	
52			鎌倉市(1)	鎌倉市観光総合案内所	
53			箱根町(1)	箱根町湯本観光案内所	
54	新潟県	1	新潟市(1)	新潟駅万代口 観光案内センター	
55	富山県	1	富山市(1)	富山市観光案内所	
56	石川県	1	金沢市(1)	石川県金沢観光情報センター	
57	福井県	1	福井市(1)	福井県観光物産コーナー	
58	山梨県	3	富士河口湖町(2)	富士河口湖総合観光案内所	
59				山梨県立富士ビジターセンター	
60			富士吉田市(1)	富士吉田市観光案内所	

61	長野県	2	松本市(1)	松本市観光案内所
62			長野市(1)	長野市観光情報センター
63	岐阜県	2	高山市(1)	飛騨観光案内所
64			下呂市(1)	下呂市総合観光案内所
65	静岡県	4	熱海市(1)	熱海市観光協会
66			伊東市(1)	伊東観光協会案内所
67			静岡市(1)	静岡市静岡駅観光案内所
68			浜松市(1)	浜松市観光インフォメーションセンター
69	愛知県	6	名古屋市(5)	名古屋国際センター情報カウンター
70				名古屋市名古屋駅観光案内所
71				オアシス21センター
72				名古屋市金山観光案内所
73				名古屋港総合案内所(ガーデン緑園総合案内所)
74			常滑市(1)	中部国際空港観光案内実施協議会観光案内所
75	三重県	1	伊勢市(1)	伊勢市観光案内所
76	滋賀県	2	大津市(1)	大津市観光案内所
77			彦根市(1)	彦根市観光案内所
78	京都府	1	京都市(1)	京都ツーリストインフォメーションセンター
79	大阪府	3	大阪市(3)	大阪市ビクターズインフォメーションセンター・梅田
80				大阪市ビクターズインフォメーションセンター・新大阪
81				大阪府国際観光情報センター
82	兵庫県	6	神戸市(3)	神戸市総合インフォメーションセンター(ハローステーションKobe)
83				新神戸駅観光案内所
84				有馬温泉観光総合案内所
85			姫路市(1)	姫路市観光案内所
86			宝塚市(1)	宝塚市総合観光案内所
87	淡路町(1)	淡路サービスエリア(下り)観光案内所		
88	奈良県	4	奈良市(4)	近鉄奈良駅総合案内所
89				奈良市観光センター
90				奈良市猿沢観光案内所
91				奈良県観光インフォメーションセンター
92	和歌山県	1	白浜町(1)	紀伊半島観光情報ステーション
93	島根県	1	松江市(1)	松江国際観光案内所
94	岡山県	4	岡山市(2)	岡山市観光案内所
95				岡山県国際交流センター 情報相談コーナー
96			倉敷市(2)	倉敷駅観光案内所
97	倉敷館観光案内所			
98	広島県	4	宮島町(1)	宮島観光案内所
99			福山市(1)	福山地方観光案内所
100			広島市(1)	広島市観光案内所
101			尾道市(1)	新尾道駅観光案内所
102	山口県	1	山口市(1)	山口観光案内所
103	徳島県	1	徳島市(1)	(財)徳島県国際交流協会(TOPIA)
104	香川県	1	高松市(1)	高松市インフォメーションプラザ
105	愛媛県	2	松山市(2)	愛媛県国際交流センター
106				JR松山駅観光案内所
107	高知県	1	高知市(1)	高知県「i」案内所
108	福岡県	3	福岡市(3)	福岡国際交流協会レインボープラザ
109				福岡市観光案内所
110				福岡県観光情報センター
111	佐賀県	3	武雄市(1)	武雄市観光案内所
112			嬉野市(1)	嬉野温泉観光案内所
113			有田町(1)	有田観光案内所
114	長崎県	2	長崎市(2)	長崎市観光案内所
115				長崎県観光情報センター
116	熊本県	2	熊本市(1)	熊本市観光案内所
117			益城町(1)	熊本空港総合案内所
118	大分県	1	別府市(1)	別府市観光協会 駅案内所
119	宮崎県	1	宮崎市(1)	宮崎市観光案内所
120	鹿児島県	2	鹿児島市(2)	鹿児島中央駅総合観光案内所
121				鹿児島県外国人観光案内所
122	沖縄県	1	那覇市(1)	那覇空港観光案内所(国内線)

参考資料 16 平成 16 年度 国際会議・インセンティブ旅行誘致成功実績

国際会議名	開催年	参加者数	開催都市
第2回 地球科学技術に関する国際ワークショップ	2004	300	福岡
応用超伝導・低温工学アジア会議(ACASC2004)	2004	80	宮崎
半導体技術国際フォーラム	2005	300	横浜
(WCA会議)	2005	300	札幌
第8回国際高分子会議(日本版)	2005	600	福岡
IFATCA関連アジア・太平洋会議	2005	100	福岡
PARENTERAL DRUG ASSOCIATION (PDA) Asia Pacific Congress	2005	300	東京
ISES年次総会	2005	30	北九州
第5回 国際アルミ船フォーラム	2005	150	東京
第5回核戦争予防国際医師会議(IPPNW)北アジア地域会議	2005	150	広島
第7回マリンエンジニアリング国際シンポジウム	2005	400	東京
国際会議「人と馬との優しい関係」～ 2005日本国際博覧会「愛・地球博」参加事業 ～	2005	300	名古屋
Annual Meeting of the Federation of National Associations of Ship Brokers and Agents -FONASBA-	2005	200	東京
国際超電導産業サミット	2005	70	東京
東アジア生物物理学会議・日本生物物理学年会	2006	1,200	沖縄
第5回材料電磁プロセス国際シンポジウム(EPM2006)	2006	250	仙台
第25回 宇宙技術および科学の国際シンポジウム	2006	800	金沢
第11回アジア・南太平洋設計自動化会議(ASP-DAC 2006)	2006	1,000	横浜
精密工学に関する国際会議	2006	400	東京
韓国”法制処”「自治体(市・道)法制業務担当者海外セミナー」	2006	42	大阪・京都
国際高分子成形加工学会第22回年次大会	2006	400	山形
第17回輸送現象国際会議	2006	300	富山
International Conference on Polymers and Organic Chemistry	2006	350	岡崎
有機金属相成長国際会議(ICMOVPE)	2006	350	宮崎
非接触原子間力顕微鏡法(NC-AFM)国際会議	2006	300	神戸
国際量子化学会議	2006	500	京都
Confrence of International Airlines Technical Pool	2006	250	泉佐野
日米フレキシブルオートメーションシンポジウム	2006	300	大阪
世界探偵協会年次総会	2006	250	東京
General Meeting & Symposium of the International Federations of Film Archives (FIAF)	2006	300	東京
アジア太平洋呼吸器学会	2006	1,000	京都
西太平洋感染症・化学療法学会	2006	800	福岡
国際生理人類学会議	2006	450	鎌倉
第15回国際女性心身医学会	2007	1,500	京都
国際薬物動態学会	2007	1,200	仙台
原子核物理国際会議	2007	500	未定
国際生態電磁気学会年次大会	2007	500	未定
第92回世界エスプレント大会	2007	1,500	横浜
世界SF大会	2007	3,500	横浜
第11回 人と動物の関係に関する国際会議	2007	1,000	東京
International Association of Human Auxology	2007	400	東京
アジア太平洋スカウト会議	2007	400	東京
環太平洋高分子会議(地域版)	2007	400	神戸
世界代替法学会	2007	800	東京
International Zooplankton Production Symposium	2007	270	広島
国際気管支食道会議/世界気管支会議	2008	1,200	東京
世界水産学会議	2008	1,200	横浜
World Congress of the International Society for Education Through Art -INSEA-	2008	1,000	関西
第25回国際試験水槽会議	2008	300	福岡
国際熱処理・表面処理連盟(IFHTSE)会議	2008	350	神戸
プラズマ物理国際会議	2008	550	福岡
International Conference on Music Perception and Cognition	2008	300	札幌
国際エネルギー経済学会会議	2009	400	未定
第14回ハンドベル世界大会	2010	1,000	未定
国際免疫学会	2010	6,000	神戸
Congress of the International Society of Heart Research	2010	400	京都
世界外科会議	2011	3,000	未定
国際妊娠病態生理学会	2012	700	未定

計58件

インセンティブ旅行名	国名	催行年	参加者数	訪問都市
Bangkok Life Insurance	タイ	2004	360	東京
A.P.Honda	タイ	2004	13	大阪、天橋立
Ministry of Defence	タイ	2004	14	東京、大阪、京都
Sony Thai	タイ	2004	11	東京
Kriangprapa	タイ	2004	19	東京、大阪、京都
Accord	タイ	2004	22	大阪、日本アルプス、大阪
Heromycine	タイ	2004	89	東京、日本アルプス、大阪
President	タイ	2004	23	東京、札幌、鎌倉、登別
Liquor Distillery	タイ	2004	17	北海道、東京、大阪
National Police Office	タイ	2004	20	東京、白浜
Thai Radiator	タイ	2004	15	九州
AIS	タイ	2004	22	東京
IDS Marketing	タイ	2004	17	東京
Boonrod Brewery	タイ	2004	150	東京、名古屋、大阪、札幌
AIA Insurance	タイ	2004	950	東京
Samui Group	タイ	2004	40	東京、名古屋、大阪、札幌
AIA	タイ	2004	700	東京、大阪、京都、名古屋
Giant Tyre	タイ	2004	11	東京、ディスニーランド
Lions Dusit	タイ	2004	12	名古屋、東京
Bionice	タイ	2004	30	大阪
Hewlett Packard	タイ	2004	40	東京
Eastern Polymer Group	タイ	2004	40	東京
AIA	タイ	2004	66	東京
Textile Institute	タイ	2004	20	東京
Taiwanese Association	タイ	2004	21	東京
Toshiba Thailand	タイ	2005	25	九州(ハウステンボス、長崎、熊本、阿蘇、別府、福岡)、大阪
AIG	タイ	2005	55	大阪、奈良、京都
Leader Tech	タイ	2005	45	東京、富士、名古屋
Shell	タイ	2005	40	名古屋、EXPO
Agro Phama	タイ	2005	20	東京、富士、名古屋
Millia Life	タイ	2005	150	東京
Click Radio	タイ	2005	50	東京、大阪
Caltex	タイ	2005	50	東京、大阪
Nakhonratchasima Chamber of Commerce	タイ	2005	26	幕張(千葉)
Faculty of Engineering Chulalongkorn University	タイ	2005	25	東京、大阪
韓国金属組合協会	韓国	2004	100	東京、箱根
(株)キノス従業員海外インセンティブ	韓国	2004	100	鹿児島
ソウル長老教会団体海外インセンティブ	韓国	2004	200	雲仙・別府
ソウル音楽団体ミュージックキャンプツアー	韓国	2004	85	鹿児島
環境保存協会「先進国研修ツアー」	韓国	2004	80	大阪
中部都市ガス海外インセンティブツアー	韓国	2004	30	東京、大阪
高麗大学校「医科大学ツアー」	韓国	2004	37	福岡
教保生命インセンティブ	韓国	2004	80	東京
大韓建設協会日本視察&ツアー	韓国	2004	50	大阪・京都・名古屋
LBA不動産会社会員海外インセンティブ	韓国	2005	280	大阪、京都、東京、横浜、箱根
仁川西部産業管理公団従業員インセンティブ	韓国	2005	150	東京、箱根
韓国ガス公社インセンティブ旅行	韓国	2005	33	東京、箱根
韓国Amwayリーダーセミナーエグゼクティブダイヤモンドクラス -EDC-	韓国	2005	120	仙台
韓国Amwayリーダーセミナーダイヤモンドインビティショナル -DI-	韓国	2005	280	札幌
韓国タイヤ代理店社長インセンティブツアー	韓国	2005	200	大阪
We-Best International社インセンティブツアー	韓国	2005	900	札幌市/虻田町
三星火災保険優秀店褒賞	韓国	2005	100	福岡、別府
SKTelecom優秀顧客インセンティブ	韓国	2005	50	大阪、神戸
韓国ガス公社長期勤務海外研修海外文化体験研修	韓国	2005	50	東京・京都
韓国化粧品優秀販売員インセンティブ	韓国	2005	40	福岡、別府、長崎
METLIFE生命保険 President Council -MPC-	韓国	2006	3000	宮崎
National Trade Union	シンガポール	2004	129	大阪、東京
Summer Vacation百貨店	シンガポール	2004	30	東京
Creative Tours (S) Pte. Ltd.	シンガポール	2004	131	大阪、東京、愛知EXPO
National Trade Union	シンガポール	2005	150	大阪、東京
Police Welfare	シンガポール	2005	30	大阪、東京
Asia Life Assurance Society Ltd.	シンガポール	2007	20	未定
マッキンゼー	香港	2005	280	宮崎
AIA (American International Assurance) インセンティブ	香港	2005	200	未定
Edward Jones社インセンティブツアー	米国	2005	100	東京・京都
WKRN TV 広報関連インセンティブ	米国	2005	36	東京
NIKKENグループ	豪州	2005	120	横浜/東京/京都/大阪
The Nikken sales meeting/dealer incentive trip	英国	2005	250	横浜・東京・箱根・岐阜・名古屋・京都

計68件

今年度より通訳案内業試験の試験方式が変わります。

第1次試験と第2次試験の2段階方式になります。
一部マークシート方式となります。

通訳案内業試験 新試験方式（平成16年度から実施）

		H16試験日 (予定)
第1次試験	I 外国語についての筆記試験 [記述式] 英語、フランス語、スペイン語、ドイツ語、中国語、イタリア語、ポルトガル語、ロシア語、朝鮮語のうちから受験者の選択する1ヶ国語	9/5(日) 午前
	II 日本語による筆記試験 [マークシート方式] ・日本地理 ・日本歴史 ・政治・経済・産業・文化に関する一般常識	9/5(日) 午後

第1次試験 I (外国語についての筆記試験)、II (日本語による筆記試験) いずれもの合格者が第2次試験に進みます。

合格

第2次試験	口述試験 (ア) 第1次試験 I (外国語についての筆記試験) で選択した外国語 [会話] (イ) 人物考査	英語 11/28(日) 英語以外 12/5(日)
-------	---------------------------------------------------------------------	---------------------------------------

合格

合格証書交付

不合格

新免除制度（平成17年度から実施）

平成16年度に第1次試験（I 外国語についての筆記試験、II 日本語による筆記試験）に合格した人が平成17年度試験を受験する場合は、平成17年度試験第1次試験（I 外国語についての筆記試験、II 日本語による筆記試験）が免除になります。
→第2次試験（口述試験）のみの受験となります。
※平成17年度試験出願時に申請が必要です。



(裏面をご覧ください。)

★平成15年度試験で第2次試験まで合格した人が平成16年度試験を受験する場合

平成15年度試験の第1次試験（外国語についての筆記試験）及び第2次試験（口述試験：第1次試験で選択した外国語及び人物考査）に合格し、第3次試験（日本語による筆記試験）に不合格または受験しなかった人が平成16年度試験を受験する場合。

平成16年度試験の第1次試験Ⅰ（外国語についての筆記試験）及び第2次試験（口述試験：第1次試験で選択した外国語及び人物考査）が免除になります。

※出願時に申請が必要です。

第1次試験	I 外国語についての筆記試験 (英語、フランス語、スペイン語、ドイツ語、中国語、イタリア語、ポルトガル語、ロシア語、朝鮮語のうち、受験生の選択する一ヶ国語)	免除	H16試験日 (予定)	9/5(日) 午前
	II 日本語による筆記試験 ・日本地理 ・日本歴史 ・産業、経済、政治及び文化に関する一般常識	要受験		9/5(日) 午後



第2次試験	口述試験 (ア) 第1次試験で選択した外国語 (イ) 人物考査	免除	英語 11/28(日) 英語以外 12/5(日)
-------	---------------------------------------	----	-----------------------------------



合格証書交付

★過去の試験合格者が他の外国語で試験を受験する場合

平成16年度試験において、第1次試験Ⅱ（日本語による筆記試験：日本地理、日本歴史、一般常識）が免除になります。

例：平成15年度に英語で合格した人が、平成16年度中国語で受験する場合、第1次試験Ⅱ（日本語による筆記試験）が免除になります。

※出願時に申請が必要です。

第1次試験	I 外国語についての筆記試験 (英語、フランス語、スペイン語、ドイツ語、中国語、イタリア語、ポルトガル語、ロシア語、朝鮮語のうち、受験生の選択する一ヶ国語)	要受験	H16試験日 (予定)	9/5(日) 午前
	II 日本語による筆記試験 ・日本地理 ・日本歴史 ・産業、経済、政治及び文化に関する一般常識	免除		9/5(日) 午後



第2次試験	口述試験 第1次試験で選択した外国語	要受験	英語 11/28(日) 英語以外 12/5(日)
-------	-----------------------	-----	-----------------------------------



合格証書の交付

マークシート方式の試験について

第1次試験のうち、日本地理、日本歴史、産業・経済・政治及び文化に関する一般常識はマークシート方式による試験となります。

筆記用具、その他についてのご注意

「黒鉛筆（HB、B）」を使用し濃くきれいにマークして下さい。（ボールペン、サインペン、万年筆等は使用しないで下さい。）

消しゴムは「プラスチック製の消しゴム」を使用して下さい。（砂消しゴム不可。）

解答用紙（マークシート）の所定欄に受験地、受験番号、氏名等を監督者の指示に従い、必ずマーク、記入して下さい。受験番号が正しくマークされていない場合は、採点できないことがあります。

国土交通大臣試験事務代行機関
独立行政法人 国際観光振興機構
TEL 03-3216-1877
<http://www.jnto.go.jp/info>

参考資料 18 アドバイザリー・コミッティ、特別顧問会議のメンバー

アドバイザー・コミッティ		特別顧問会議	
縣 忠明	産経新聞論説委員	大塚 陸毅	東日本旅客鉄道(株)代表取締役社長
阿比留 雄	日本原子力発電(株)相談役	奥田 碩	(社)日本経済団体連合会会長
市瀬 広光	時事通信論説委員	小倉 和夫	独立行政法人国際交流基金理事長
上野 俊一	共同通信論説委員	木村 尚三郎	東京大学名誉教授
遠藤 健	朝日新聞論説委員	佐藤 義正	(社)国際観光旅館連盟会長
カミングス, セー ラ・マリ	(株)小布施堂、(株)榎一市 村酒造場取締役	新町 光示	(社)日本旅行業協会会長
佐和 隆光	京都大学経済研究所所長	新町 敏行	定期航空協会会長
高畑 昭男	毎日新聞論説委員	寺嶋 潔	(財)運輸政策研究機構会長
寺田 輝介	フォーリン・プレスセンター 理事長	飛田 克夫	ジャパニーズイングループ会長
寺本, ベッティ ナ・ラングナー	「ラングナー寺本 建築デザ イン研究所」代表	中村 徹	(社)日本観光協会会長
松田 英三	読売新聞論説委員	船山 龍二	(社)日本ツーリズム産業団体 連合会会長
葉 千榮	東海大学教授、ジャーナ リスト	向山 秀昭	帝京大学教授
吉野源太郎	日経新聞論説委員	山口 弘毅	(社)日本ホテル協会会長
李 容淑	株式会社リンカイ取締役社 長	山田 啓二	京都府知事
		吉田 二郎	(社)日本民営鉄道協会会長



JNTO Web Site > JNTO紹介 > 職員採用情報

職員採用情報

◆ 独立行政法人 国際観光振興機構(JNTO)職員募集! ◆

「観光立国」(インバウンド・ツーリズム振興)を推進する国土交通省所管の専門機関JNTOが「外客誘致及び受入対策に関する実務」を担当する中堅・若手職員を若干名募集します。

資格	次の条件を満たす方が対象です。
	・昭和40年4月2日以降に生まれた職務経歴のある4年制大学卒業者、大学院修了者。
	・旅行・観光・運輸交通に関係する業務経験を有する者が望ましい。
	・外国語で仕事ができる者(英、仏、独、中、韓のいずれか少なくとも1ヶ国語)。海外勤務経験又は留学経験を有する者が望ましい。
	・国籍不問(但し、日本語が堪能であること。)
給与	内規に従い職務経歴、学歴を考慮の上、初任給を決定(国家公務員水準に準拠)。
	採用後は、年1回の人事評価に基づき昇給等を実施。賞与は年2回(6月、12月)、各種社会保障制度加入、60歳定年。
待遇	試用期間は3ヶ月とし、業務の成果、適性をみて、将来海外事務所長へ昇進する道があります。外国語習得奨励金制度有り。
勤務	9:15~17:45 また、一部事業所においては、輪番制の土・日曜、祝日(年末年始を含む。)勤務有り。
休日	週休二日制、年次有給休暇20日、夏季特別休暇3日、年末年始、国民の祝日。
勤務地	東京、海外事務所(13ヶ所)
採用時期	相談の上随時
募集人数	若干名
応募方法	自筆の履歴書(写真付)、職務経歴書(書式自由)、作文「志望動機」(800字以内)、外国語検定試験証明書(TOEFL、TOEIC、英検等)があればその写し、返信用封筒(定型、応募者の住所・氏名を記入)をご郵送下さい。書類選考の上、面接日をご連絡いたします。尚、応募書類は返却いたしません(秘密厳守)。

採用に関するお問い合わせは、

独立行政法人 国際観光振興機構(JNTO)

〒100-0006 東京都千代田区有楽町2-10-1 東京交通会館10階
 管理部・総務グループ 採用担当
 電話番号:(03)3216-1901 電子メール:saiyo@jnto.go.jp

参考資料 20 平成 16 年度報道発表案件一覧

平成 16 年 4 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 訪日外客数・出国日本人数 (2003 年確定値) 2. 英旅行会社の元祖 132 年ぶりにニッポンへ再上陸・JNTO の招きで商品企画、販売担当の責任者らが日本を視察 3. 香港プレス対応をツアー販売促進に活用・和歌山訪問ツアーを販売支援 4. 訪日外客数・出国日本人数 (2004 年 3 月推計値、1 月暫定値)
平成 16 年 5 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 北京市中学校の校長等一行が首都圏、愛知・名古屋、関西を視察 －中国からの青少年訪日研修旅行参加者の大幅増を期待－ 2. 香港発北東北高級ツアーを新規開発、売れ行きは上々 3. 訪日外客数・出国日本人数 (2004 年 4 月推計値、2 月暫定値)
平成 16 年 6 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 今夏、JNTO 上海観光宣伝事務所が開設 ～中国に新たな日本観光の拠点が誕生～ 2. JNTO、平成 16 年度通訳案内業 (ガイド) 試験の実施計画を発表 ～試験方式を大幅に変更～ 3. 新たな視点から日本を紹介 ～米国の旅行ガイドブック『Adventure Guide to Japan』発行へ～ 4. 北海道の空の玄関口に「i」案内所が誕生 ～プラザ i 新千歳空港を「i」案内所に指定～
平成 16 年 7 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 訪日外客数・出国日本人数 (2004 年 5 月推計値、3 月暫定値) 2. 中国大手保険会社のインセンティブツアー、4 回に亘り 400 名が来日 3. 海外における日本観光紹介、広告費換算で 45.7 億円の効果 4. 新婚の韓国のタレントカップルが沖縄の魅力を語る －JNTO 主催沖縄ハネムーン・ゴルフキャンペーン説明会に出席 5. JNTO「日本の国際観光統計 (2003 年)」を発行 －日本の国際観光統計に関するデータハンドブックとして更に充実－ 6. 訪日外客数・出国日本人数 (2004 年 6 月推計値、4 月暫定値)
平成 16 年 8 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. JNTO、上海観光宣伝事務所開設記念事業を開催 2. 訪日外客数・出国日本人数 (2004 年 7 月推計値、5 月暫定値)
平成 16 年 9 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 「第 1 回 JNTO 特別顧問会議を開催」－経団連会長奥田碩氏が座長－ 2. 中国の 4 省 1 市からの訪日団体観光客第一陣の来日歓迎式典について 3. オーストラリアから観光学生大使が来日 －豪州発、訪日修学旅行を体験－ 4. 訪日外客数・出国日本人数 (2004 年 8 月推計値、6 月暫定値、2004 年予測値) 5. 日本と世界の国際コンベンション統計 (2003 年) を発表
平成 16 年 10 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 平成 16 年度通訳案内業試験第 1 次試験 (9 月 5 日実施) の採点取扱いについて 2. 訪日外客数・出国日本人数 (2004 年 9 月推計値、7 月暫定値)
平成 16 年 11 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 第 8 回全国善意通訳の集いを開催 －全国の外国語ボランティアが「YOKOSO! JAPAN」－ 2. 訪日外客数・出国日本人数 (2004 年 10 月推計値、8 月暫定値)

平成 16 年 12 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. アジアのインセンティブ旅行キーパーソンが日本を視察 2. 京都に「i」案内所が誕生 －「京都ツーリストインフォメーション」を「i」案内所に指定－ 3. 神戸に 2 つの「i」案内所が誕生 －「新神戸駅観光案内所」、「有馬温泉観光総合案内所」を「i」案内所に指定－ 4. 訪日外客数・出国日本人数（2004 年 11 月推計値、9 月暫定値）
平成 17 年 1 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 訪日外客数・出国日本人数（2004 年 12 月推計値、10 月暫定値） 2. JNTO ツーリスト・インフォメーション・センター 365 日オープン －本年 2 月 1 日より実施－ 3. 平成 16 年度国際観光テーマ地区等推進協議会「外客誘致・受入研修会」を開催 4. JNTO 第 2 回インバウンド旅行振興フォーラム開催 －海外 14 地域の最新市場動向の紹介と新しいビジネスコンタクトの機会－ 5. 平成 16 年度通訳案内業（ガイド）試験の合格発表
平成 17 年 2 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 訪日外客満足度調査の実施について 2. 初チャーター便運航、韓国から沖縄へ －韓国人ゴルファー誘致に成功－ 3. 中部国際空港に、開港と同時に「i」案内所が誕生 －「セントレア・ツーリスト・インフォメーション・センター」が「i」案内所に－ 4. 愛知万博のアジア地域における広報について －JNTO とトヨタ自動車との共同広告－ 5. 訪日外客数・出国日本人数（2005 年 1 月推計値、11 月暫定値） 6. 国際会議のキーパーソン 20 名が日本を視察 －地方都市への国際会議を誘致－
平成 17 年 3 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. JNTO、中国最大のポータルサイトで 25 頁の訪日旅行特集が実現 －広告費換算額は約 2 億 6000 万円に－ 2. 訪日外客数・出国日本人数（2005 年 2 月推計値） 3. JNTO「訪日外国人旅行者調査 2003-2004」の結果まとまる －東京・首都圏の訪問率伸びる/訪日動機のトップは日本人の生活の見聞・体験－

国際コンベンション誘致事業のグループ化と協賛金(負担金)

	項目	内容	都市ランク	協賛金
基礎事業 (固定費)	誘致対象会議に関する	基礎データ整備と開催情報の提供		
	基礎調査・データ収集	コンベンション統計の編纂		
	整備活動	国際会議情報の提供		
	会議開催地「日本」の	インターネットによる情報発信(HPでの広報宣伝等)		
	認知度向上	海外マスメディア活用(含む招請事業)		
		海外における見本市への参加(IMEX ,IT&ME)		
	コンベンション誘致	海外でのコンベンション等誘致セールス活動	都市A	3,000
	セールス活動		都市B	1,800
	国内誘致環境整備	人材育成(初任者研修会)	都市C	1,200
		人材育成(幹部研修会)		
		国際会議マニュアル等 増刷		
		寄附金募集・交付金交付制度		
		寄附金募集・交付金交付制度実務研修会		
都市・CBとの連携	国際会議観光都市連絡協議会の開催等			
運営管理費	海外JCB管理経費			
	本部管理経費等			
マーケティング事業A	招請事業	1.国際会議キーパーソン招請 (Meet Japan)	都市A	1,200
		2.インセンティブキーパーソン招請(インセンティブ・ファムトリップ)	都市B	800
		3.国際会議キーパーソン個別招請	都市C	800
マーケティング事業B	誘致セミナー等	1.海外セミナー(ソウル)	都市A	800
		2.海外セミナー(上海)	都市B	400
		3.アジア・太平洋地域会議誘致促進懇談会(東京)	都市C	400
		4.IT&CMAへの出展参加と商談会		
		5.AIMEへの出展参加と商談会		
		6.海外セミナー(アメリカ)		
			合計	協賛金
			都市A	5,000
			都市B	3,000
			都市C	2,400

- ・ マーケティング事業A及びBについては、夫々にご支援を頂く協賛金(負担金)総額により実施致します。
- ・ マーケティング事業A及びBの事業内容は上から優先順となります。

全ての事業に参加の場合

参考資料 22 平成 16 年度コンベンション誘致事業協賛都市

札幌市	静岡市
仙台市	浜松市
千葉市	岐阜市
横浜市	高山市
名古屋市	福井市
大阪市	金沢市
京都市	富山市
神戸市	伊勢志摩
広島市	奈良市
北九州市	松江市
福岡市	岡山市
新潟市	高松市
長野市	松山市
松本市	長崎市
山形市	別府市
秋田市	熊本市
つくば地区	宮崎市
成田市	鹿児島市
木更津市	沖縄 4 市

合計 38 都市

参考資料 23 運営費交付金の算定ルール

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

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

① 人件費 (S) = 役職員給与 + 法定福利費

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

② その他一般管理費

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

2. 業務経費 (B) = 一般管理費以外の経費

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

3. 特殊要因 (X) = (毎年度の予算編成過程において決定)

- ・ 退職手当

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

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

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

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

注：本収益がマイナスの場合には0とする。

【注記】前提条件

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

- ・ 効率化係数 α : 毎年度の予算編成過程において決定
- ・ 効率化係数 β : 毎年度の予算編成過程において決定
- ・ 消費者物価指数 δ : 毎年度の予算編成過程において決定
- ・ 政策係数 γ : 毎年度の予算編成過程において決定
- ・ 自己収入政策係数 y_1 : 毎年度の予算編成過程において決定
- ・ " y_2 : 毎年度の予算編成過程において決定
- ・ 運営費交付金を充当する事業及び充当率は次のとおりである。

海外宣伝事務所費	: 90%
総合観光案内所費	: 90%
海外宣伝事業費	: 90%
国際協力事業費	: 90%
海外宣伝資料作成費	: 70%
コンベンション振興対策費	: 50%
調査研究費	: 50%
受入対策	: 50%
国際観光交流支援事業費	: 50%
役職員給与	: 100%
法定福利費	: 100%
退職手当	: 100%
一般管理費	: 90%
交際費	: 80%

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

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

JNTO 関連の用語集①

・ステアリング・コミッティ、ワーキンググループ

ワーキンググループとは海外事務所と連携して、VJC の事業提案を行うもので、海外市場開拓部を中心とした JNTO 本部職員により構成される。

ステアリング・コミッティ(日本語で「運営委員会」)とはワーキンググループの事業提案に対して、JNTO の組織全体として可否を判断する機能を持つもので、理事、部長により構成される。

・コンベンション

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

・中国国家旅游局

中国の観光業を管轄する中国政府(国務院)の直属機関。局長は邵琪偉(しょう・きい)。主な業務は観光関連の投資・プロジェクトの管理、旅行会社・宿泊施設に対する資格審査認可、観光関連の人材の養成、国外からの旅行者誘致の広報宣伝活動、中国内に設置された外国の観光機関の管理等。「中国国家観光局」の名称で東京と大阪に事務所を持つ。

・インバウンド

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

・ツアーオペレーター

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

・i 案内所

外国人旅行者に対して観光情報の提供を行うことが可能な観光案内所で JNTO が指定する。i 案内所の「i」は「information」の頭文字。平成 17 年 7 月現在、全国に 123 か所ある。

・PCO

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

JNTO 関連の用語集②

・国際会議観光都市

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

・キーパーソン

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

・通訳案内業

報酬を受けて、外国人に付き添い、外国語を用いて、旅行に関する案内をする業のこと。通訳案内業を営むには国土交通大臣の行う試験に合格し、都道府県知事の免許を受ける必要がある。JNTO が通訳案内業試験の実施を代行している。

・アドバイザー・コミッティー

JNTO の中期計画に記載された「外部有識者による評価を含む業績評価制度を充実」を踏まえて設けられたもので、学識経験者、マスコミの論説委員、外国出身有識者ら 16 名で構成。年 2 回開催。

・特別顧問会議

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

・独立行政法人通則法第 44 条第 3 項

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

