

平成 17 年度

業務実績報告書

平成 18 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	4
(2) 職員の意欲向上と能力啓発	8
(3) 業務運営の効率化の推進	11
2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項	
(1) 官民パートナーシップで諸外国との競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動	
① 重点的な調査研究活動とその結果を活用した事業展開	14
② 外国人旅行者の来訪促進に係る方策	
ア 「日本」の認知度を向上させるための観光宣伝事業の実施	18
イ 訪日ツアーの開発・造成・販売に対する支援事業	23
③ 外国人旅行者の受入体制の整備支援事業	32
④ 国際コンベンション等の誘致・支援事業	36
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	41
(2) 効率的・効果的な業務運営の促進	
① 業績評価の充実	43
② 人事考課の徹底	46
③ 外部人材の活用	48
④ 海外の在外公館、諸外国の政府、観光関連機関等との連携強化	50
⑤ ナレッジ・マネジメント(知識経営)の確立	54
(3) 事業成果の公表	55
(4) 附帯する業務	57
3. 予算、収支計画及び資金計画	59
4. 短期借入金の限度額	65
5. その他業務運営に関する重要事項	66
6. 重要な財産を譲渡し、又は担保にする計画	67
7. 剰余金の使途	68

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	69
(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。	70
(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。	71

【参考資料】

1. 平成 17 年度 VJC 中央事業の実績	73
2. JNTO の事業提案から採択された平成 18 年度 VJC 事業テーマ一覧	75
3. ビジット・ジャパン・キャンペーン現地推進会の設置状況	76
4. JNTO のビジョン&ミッションと職員行動指針	77
5. シンガポール事務所開設事業(日星観光交流年記念事業)概要	78
6. シンガポール事務所開設事業に関するマスコミ報道	80
7. JNTO の海外事務所体制	81
8. 消費動向調査の概要	82
9. ウェブサイトの言語別アクセス数推移	83
10. 平成 17 年度の写真ライブラリーの利用状況	86
11. 韓国ローカルサイトのトップページ	87
12. 平成 17 年度のメディア広報事業の代表的成果	88
13. 媒体種類別・地域別取材協力・招請及び実績件数	89
14. 英国 ELLE 誌掲載訪日観光紹介記事	90
15. 海外事務所発行のニュースレターの実例(ニューヨーク事務所発行)	91
16. 平成 17 年度のツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)の国籍別質問者数	92
17. 「i」案内所制度	93
18. 平成 17 年度「i」案内所の指定基準	94
19. 全国「i」案内所リスト	96
20. 平成 17 年度「i」サポートセンターのサービス内容	99
21. 平成 17 年度 JNTO 職員講演実績	101
22. 平成 17 年度国際会議・インセンティブ旅行誘致成功実績	103
23. コンベンション誘致事業のグループ化と協賛金	105
24. 平成 17 年度コンベンション誘致事業協賛都市	106
25. アドバイザリー・コミッティ、特別顧問会議のメンバー	107
26. CSI 調査概要	108
27. 日本航空とのリーダーズ・ダイジェスト誌共同広告概要	109

28. 平成17年度報道発表案件一覧	110
29. 運営費交付金の算定ルール	112
JNTO 関連の用語集	114

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(1)組織運営

【中期目標】

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

【中期計画】

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

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

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

【年度計画】

海外にネットワーク(海外観光宣伝事務所)を有するNTOとしての機構のノウハウ、利点等を最大限活用し、VJC 事業に積極的に参画・貢献する。具体的には、

・主要市場ごとに設置されているVJCの事業推進チームの一員として、VJC事業の基本方針、具体的事業計画等の策定、個別事業の執行管理等に参画する。

・各市場の情報収集、分析等を行い、これを踏まえた効果的・効率的な訪日ツアー造成等に関する具体的な事業提案を行う。

・訪日ツアー造成支援、旅行博・イベント等への出展、VJC 現地推進会の開催等の VJC 事業を実施し、成果を挙げる。

組織の運営上は、

・平成16年度に作成した「ビジョン&ミッション」の実現を目指して、組織一丸となって業務に取り組む。

- ・機動的な人材運用を可能とするマネージャー制を採用しているが、さらに全社的な事業実施体制が必要となるプロジェクトについては、部を横断したクロスファンクショナルチームを設置し、積極的に活用する。
- ・海外観光宣伝事務所については、市場動向に対応した事務所配置の見直しを進め、平成 17 年度における VJC 重点市場国の拡大に対応し、海外観光宣伝事務所の再編を行う。
- ・若手職員の海外派遣を積極的に行うこと等により、海外観光宣伝事務所の体制強化を図る。

① 年度計画における目標設定の考え方

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 17 年度においても継続し、定着を図る。

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。

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す VJC に対する貢献

- ・ JNTO 本部職員が VJC の各事業推進チームのメンバーとして、市場ごとの事業方針、具体的事業計画の策定、個別事業の執行管理に参画した。
- ・ より効果的な VJC 事業を企画立案するために例年 2 月に開催していた「海外事務所長会議」を 10 月と 2 月の 2 回開催し、現場の海外事務所長による市場情報・分析等をベースとして、JNTO、VJC 実施本部事務局、国土交通省の 3 者で各市場の分析、次年度のマーケティング戦略についての検討を行った。
- ・ 検討結果をもとに、JNTO は事業推進チームに具体的な事業提案を行い、16 事業テーマが、平成 18 年度の VJC 事業として採択された。
- ・ 前年度に引き続き、市場ごとに設置されている VJC 現地推進会¹に JNTO 海外事務所長が参画するとともに、平成 17 年度に VJC 重点市場に指定された市場での推進会の新規設立(5 箇所)に積極的に係わった。

平成17年度に新規に立ち上げたVJC推進会の一覧

開催日	開催地	JNTOからの参加者
2005年9月7日	シンガポール	登理事、齊藤 辻バンコク事務所長
2005年9月8日	タイ(バンコク)	登理事 辻バンコク事務所長
2005年9月29日	カナダ(トロント)	登理事、平塚、清水 三瓶トロント事務所長
2005年10月5日	オーストラリア(シドニー)	加藤部長、人見 竹田シドニー事務所長
2006年3月16日	米国(ホノルル)	丸谷サンゼルス事務所次 長

¹ VJC 推進会は、海外での VJC 事業の推進体制を強化するために、外務省と連携の下、VJC 重点市場内の主要都市に設置され、各地の日本国大使あるいは日本国総領事を会長に、日系の公的機関・観光関連企業の現地トップや現地観光業界代表者等で構成されている。

- ・ 海外事務所が蓄積した現地情報、現地事業パートナー等を活用して、訪日ツアー造成支援、旅行博・イベント等への出展、VJC 現地推進会の開催等の計 69 件の VJC 事業を実施した。
- ・ JNTO は VJC 事業の提案にあたっては最新の市場動向、旅行会社・航空会社等の送り出し側(海外市場側)の意見を反映させている。実施においても、長年培った人脈により、招請事業における適切な人選が出来る等、海外で「政府観光局(NTO)」として認知されている強みを発揮している。
- ・ 海外事務所が JNTO 事業の実施において担当する具体的役割は、最新市場情報の収集・分析・報告に加え、招請事業においては被招請者の人選・職員の添乗、事業実施後のフォローアップ(視察・取材先に関する追加情報の提供)、事業結果の報告(ツアー集客人数、掲載記事等)、出展事業においては、主催者との各種調整等である。

【参考資料 1 平成 17 年度 VJC 中央事業の実績】

【参考資料 2 JNTO の事業提案から採択された平成 18 年度 VJC 事業テーマ一覧】

【参考資料 3 ビジット・ジャパン・キャンペーン現地推進会の設置状況】

(2) 「ビジョン&ミッション」の役職員間での定着化に向けた取組み

「ビジョン&ミッション」を国内外の役職員に定着させるため、これを掲載したネームプレートを作成し、着用するとともに、英語を始めとする8か国語版を策定し、海外の現地職員との意識の共有化を図った。

【参考資料 4 JNTO のビジョン&ミッションと職員行動指針】

(3) クロスファンクショナルチーム(Cross Functional Team。CFT)の積極的活用

全社的な事業実施体制が必要となるプロジェクト実施のために、次の CFT を設置し活用した。

<CFT を活用した主なプロジェクト>

- ・ 次期中期計画策定ワーキンググループ
自民党観光基本法改正プロジェクトチームへの提言を取りまとめた。
- ・ 年度計画見直しワーキンググループ
独立行政法人評価委員会の平成 16 年度業務実績報告書に対する評価・意見等に基づき、平成 17 年度計画の数値目標上方修正等を行った。
- ・ 個人情報保護管理委員会/委員会ワーキンググループ
個人情報の保護・管理体制の整備を目的として設置。委員会の委員長は理事長が務めた。
- ・ 意思決定ワーキンググループ(平成 16 年度からの継続)
平成 16 年度末に発足。迅速な意思決定を実現するための事業実施システムのあり方について検討を進め、具体的な提言をとりまとめ、必要な諸規程等の改正を実現した。
- ・ CSI(Client Satisfaction Index)ワーキンググループ
平成 16 年度末発足。JNTO の事業パートナー(賛助団体、会員等)の JNTO に対する評価を把握するために、アンケート及びインタビューによる CSI 調査を実施し、調査結果をもとに事業・組織改善のための提言を行った。平成 18 年度も第 2 回調査を実施。

(4) 海外観光宣伝事務所再編の一環としてのシンガポール観光宣伝事務所の設置

- ・ 平成 17 年度にシンガポールが VJC の重点市場となったことを受け、東南アジアでの訪日旅行促進事業の実施体制を強化すべく、シンガポール事務所設置に向けての準備を進めた。
- ・ 平成 17 年 12 月 29 日にシンガポール政府から設立許可を取得し、平成 18 年 5 月 4 日に開設した。
- ・ シンガポール事務所の設置に伴う財政的な事情等から、ロサンゼルス事務所サンフランシスコ分室閉鎖の準備を並行して進め、平成 18 年 3 月に閉鎖した。

【参考資料 5 シンガポール事務所開設事業(日星観光交流年記念事業)概要】

【参考資料 6 シンガポール事務所開設事業に関するマスコミ報道】

(5) 海外観光宣伝事務所の体制強化

- ・ 海外事務所の体制強化のため、海外事務所へ本部からの派遣職員を 5 名(16%)増加させた。
- ・ VJC 事業執行体制強化のため、8 人の現地職員を期間雇用した(現地職員の 21%に相当)。
- ・ 嘱託員制度を設け、民間で豊富な経験を有する嘱託員を平成 18 年 4 月にシンガポール、同年 5 月にバンコクへ、各 1 名派遣した。これにより、両事務所ともに派遣職員は 3 名となった。
- ・ 若手職員を対象とした海外実習生制度の導入により、平成 17 年 7 月に北京、10 月に上海へ各 1 名若手職員を海外実習生として派遣した。

【参考資料 7 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人事制度を運用する。
- ・海外観光宣伝事務所の海外採用職員については、16 年度に定期昇給制度を廃止したところであるが、各海外観光宣伝事務所の人事評価により能力及び実績を適正に評価し、成績優秀者には特別手当(一時金)の支給や業務の高度化に対応した昇格等により処遇に反映させ、意欲向上を図る。
- ・人材育成・組織力強化を目的とした中間管理職等の研修や新規 JNTO メンバー(新規採用者、外部からの出向者等)に対するオリエンテーションを充実するとともに、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。

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) 前年度に導入した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人事制度の適正な運用に努めた。

- ・ 全ての職員(現地採用職員を除く)を対象に、16 年度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。

- ・ 国家公務員の給与構造改革を踏まえ、勤務実績をきめ細かく給与に反映させるために、号俸間差が大きかった従来の俸給表の間差を4分割した新たな俸給表の制定を含む給与規程の改正を行い、昇給・降給等のきめ細かな運用を可能とした(平成18年3月に規程を改正し平成18年4月に施行)。
- ・ グループ内の職務責任の明確化及び中堅職員の業務意欲の向上のため、マネージャー代理、シニア・アシスタント・マネージャーの職名を設けるとともに、人事評価結果に基づく昇格基準の明確化等を図るための規程の改正を行った。
- ・ 嘱託員制度に関する規程を整備し、経験豊富で多彩な人材の登用を可能にし、外国籍(ロシア)職員を1名嘱託員として雇用するなど人材の多様化を図った。

(2) 海外事務所の現地採用職員を対象に、平成16年度に導入した人事評価制度に基づき、各所員の能力及び実績を適正に評価し、成績優秀者に特別手当を支給する等処遇に反映させた。

(3) 中途採用者、出向者、海外勤務想定者、中堅管理職などを対象とした多彩な研修の実施及び奨学金制度の充実により人材育成・組織力強化を図った。

- ・ 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、各部長によるJNTO業務についてのオリエンテーションを4月、1月に実施した(午前のみ。各4日間)。
- ・ 前年度に初めて導入した外部の専門講師による中間管理職研修を継続し、7月に実施した。
- ・ 海外事務所勤務が想定される職員を対象として専門講師による「海外事務所マネジメント研修」を平成18年1月に実施した(午後のみ。4日間)。
- ・ 管理職を対象として職場の安全衛生環境の改善を目的としてメンタルヘルスセミナーを6月に実施した。さらに、別途一部の中間管理職を外部のコーチングセミナーへ派遣した。
- ・ これらの研修により、就業環境を取り巻く変化に対する新しい知識を身につけ、意識啓発、モラル向上を図った。
- ・ 職員の希望に基づき、一部の職員に国土交通省特別講座「統計調査基礎過程」(2日間)、総務省情報システム統一研修(2ヶ月間。CD-ROM研修)へ参加させた。
- ・ 従来、外国語だけを対象としていた職員の能力開発を支援する奨学金制度について、簿記、労務関係の資格を奨学金給付対象に加え、制度を拡充するとともに、個々の職員が具体的な目標を設定して取り組む制度とした。特に、若手職員を対象に簿記資格の取得を奨励し、職員中で簿記3級以上の資格取得者は13名に達した(うち、1級1名、2級4名)。

<17年度奨学金給付実績>

外国語	9名（内訳：中国語初級レベル4人、中国語中・上級レベル1人、フランス語初・中級レベル2人、ドイツ語上級レベル1人、英語初級レベル1人）
簿記	4名

※英検1級、準1級合格者或いはTOEICで900点以上を記録している英語上級者は28名に達している。

しかし、中国語、韓国語については上級者が若年層に偏っており、欧州言語については交替派遣要員の数が十分でない言語がある。このため、上級者層が薄い外国語の習得を奨励しており、英語については英語以外の特殊言語を専攻した職員などに絞って習得を奨励している。

- (4) 上述の通り、職員に対する研修を実施するとともに、OJTの充実、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た。
- ・ 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17年度は平成16年度からの継続受入れに加え、旅行会社から新規に出向者1名を受け入れた。

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(3) 業務運営の効率化の推進

【中期目標】

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

数値目標

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

数値目標

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

【中期計画】

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

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

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

数値目標

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

数値目標

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

【年度計画】

- ・事業実施等の意思決定の迅速化・効率化を推進するために、本部・海外事務所間も含めて必要情報・書類の標準化、手続き簡素化等を行うとともに、電子決裁システムの検討を行う。
- ・JNTO ウェブサイトの運営方法を見直し、運用経費を削減する。さらに、状況に応じてウェブコンテンツの管理を海外観光宣伝事務所へ移管することにより、各市場の情報ニーズへの的確な対応を図る。
- ・一般管理費について、給与の見直し等により、中期計画に沿った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、業務の重点化、JNTO ウェブ管理運用方法の改善等を通じて効率化を推進し、中期計画に沿った経費の削減に努める。

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) 意思決定の迅速化・効率化に向けた取り組み

- ・ infonet(文書共有システム)、pizza(施設・設備予約システム)、JNTO 規程システムと機能によって分散していたシステムの統合を図るため、グループウェアとしてのサイボウズの導入を検討した。
- ・ 既存システムからの転換をスムーズに行えるよう、1月～3月にかけてサイボウズの試験利用を本部全体で行った。その結果平成18年度の導入が決定された。
- ・ 今後、サイボウズのバージョンアップに合わせて、電子決済機能の活用の可能性に関する検討を行う。
- ・ 12月にJNTO 職員マニュアルを全面的に改訂し、ネットワークを通じて、全役職員がネットワーク上で随時閲覧できるようにした。
- ・ 業務効率化、迅速化のため設立した意思決定ワーキンググループの検討結果を受けて、規程等の改正を行い、稟議の迅速化・簡素化、決裁権限の委譲、業務改善提案制度の創設、出張手続きの簡素化、海外事務所長への権限委譲等を実現した。

(2) JNTO ウェブサイトの運営方法の見直し

JNTO ウェブサイトを外部のレンタルサーバへ移設したことにより、運用環境の向上と運用経費の大幅削減を実現した(年間約 1,700 万円削減)。

(3) 韓国ローカルサイト開設による情報ニーズへの的確な対応の実現

訪日旅行者数最多を誇る韓国市場むけに、ソウル事務所が管理するローカルサイトを平成 17 年 9 月に開設し、韓国人の情報ニーズへ迅速かつ的確に対応出来るようになった。

(4) 海外事務所における旅行者向けのマーケティング活動の強化

韓国ローカルサイトにソウル事務所発行のニュースリリースを掲載した。

(5) 一般管理費の削減

- ・ 一般管理費の削減目標達成のため、前年度に続き人件費の抑制を図った。具体的には、①厳正な人事評価による昇給の適正管理(昇給者約 30%)、②役員報酬については計画的に減額(毎年度本俸平均 2.75%減)を行っている。
- ・ これにより平成 17 年度のラスパイレズ指数*(国家公務員と比較した給与水準)は、109.2(東京都特別区在勤の国家公務員との比較では 97.3)と昨年度より減少した。
- ・ 物件費についても、情報機器や用紙等の調達を公募により行い、経費の節減に努めた。また、取引銀行を見直し、振込手数料の削減を図った。更に、海外事務所における定期刊行物購入の見直しや本部公用車を廃止し車庫賃料等維持費の削減を図った。
- ・ これらにより、一般管理費は計画額を 23 百万円の削減となった。
- ・ また、14 年度に対しても約 1 億 75 百万円(▲9.3%)の節減となった。

(6) 運営費交付金対象業務経費の削減

- ・ 情報ネットワークシステムの賃貸借を始め、一般競争入札の活用により、業務経費の削減に努めた。
- ・ ソウル事務所、ロンドン事務所の移転を行い事務所賃料の削減を図った。この結果運営費交付金対象業務経費については、17 年度計画額を約 44 百万円下回った。
- ・ また、14 年度に対しても約 1 億 12 百万円(▲11.8%)の節減となった。

◎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	17年度計画額 (A)	17年度実績額 (B)	削減額 (B-A)	14年度	対14年度 削減率
一般管理費	1,734,244	1,710,898	▲23,346	1,886,397	▲9.3%
運営費交付金 対象業務経費	881,456	836,683	▲44,773	949,101	▲11.8%

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

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

>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。

また、訪日外国人の消費動向を把握するため調査を行い、分析する。

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17年度は平成14年度実績に比べ11.5%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17年度については、11.5%と算出したものである。

② 実績値と取り組み状況

(1) 市場調査の実施及び日常活動での市場情報の収集・分析

- ・ 従来から行ってきた訪日外国人旅行者の訪問地調査に加え、独法化後初となる訪日外国人旅行者の消費動向調査を実施した。
 - ※ 訪問地調査では、訪日外国人旅行者の訪問地、滞在期間、宿泊地等を調査している。
 - ※ 消費動向調査では、訪日外国人旅行者の具体的な支出額、国内訪問地別消費額等に関し、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た。今回から、日本銀行と連携し調査項目の一部統一化を図るなど外部機関との連携を深め、調査の精度を高めた。
 - ※ 調査で得たデータは、各地方都市等の訪日外客誘致活動ならびに受入体制改善策の策定に活用される。

【参考資料 8 消費動向調査の概要】

- 海外観光宣伝事務所が収集、分析を加えた最新市場動向に係わる情報を「JNTO ニュースフラッシュ」(平成 17 年度 50 回発行。海外事務所からの情報 330 件を発信)等を通じて、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。

◎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	17 年度目標	17 年度実績	
日本の国際観光統計 2004	H17.7	11.5%増	51.1%増	18.2%増
JNTO 訪日旅行誘致 ハンドブック 2005/2006	H18.1		14.7%増	
JNTO 国際観光白書 2006	H18.6		22.0%増	

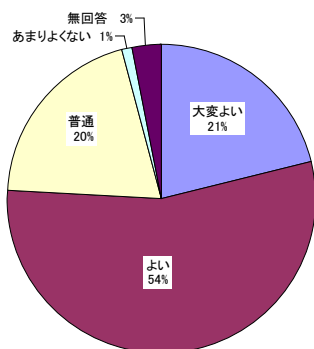
- 「日本の国際観光統計 2004」
VJC 重点市場をはじめとする訪日旅行市場について、従来以上にインバウンド、アウトバウンド、世界の国際観光データを充実させ掲載した。
- 「JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック 2005/2006(旧マーケティング・マニュアル)」
平成 17 年度は、アンケート調査結果等に基づき、記載内容の改訂に加え、内容をイメージしやすい書籍名への変更を行った。さらに、従来の記載レイアウト・デザインも見直し、カラー化・フォントの工夫など、見やすさ・読みやすさの観点にも配慮した結果、賛助団体・会員を対象とした読者アンケートにおいて「読みやすい」、「わかりやすくなった」等の高い評価を得た。
- 「JNTO 国際観光白書 2006」
平成 17 年度に実施した「JNTO 訪日外客消費動向調査」結果から、外国人旅行者の日本経済に与える直接的経済効果、訪日旅行に関する消費実態などの具体的な情報を新規に掲載した。また、今後成長が見込まれるロシア、インド等と我が国との国際観光交流の状況についても、新規に掲載した。

③その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

- 事業パートナーである賛助団体・会員を対象に、平成 18 年 2 月に「第 3 回インバウンド旅行振興フォーラム」を開催した。「市場説明会」では各海外事務所長が訪日旅行市場の最新情報について講演を行い、「個別相談会」では海外事務所長とプロモーション事業担当者が、面談形式で参加者からの相談に応じた。「個別相談会」での相談件数は 261 件にのぼった。

- ・ 16年度のフォーラムアンケート及び17年度CSI調査の結果を踏まえ、参加者の要望を事業に反映させるべく、事業説明会の短縮化と、個別相談会枠の拡大(今回は午前中から開催)を図った。その結果、「大変よい」と「よい」の合計が全回答者の75%を占めた。

<第3回インバウンド旅行振興フォーラム参加者アンケート調査結果>



参加者総数: 323名

アンケート回収率: 145票(全参加者の45%)

<賛助団体・会員向け報告会の実施とアンケート結果>

平成17年度には出版物の発行に際して、該当出版物の要点を解説する「訪日旅行市場説明会」をJNTO 賛助団体・会員向けに2度開催した(参加人数は62名)。

またその際アンケートを実施したところ、「非常に満足」「満足」と回答した人は、全体の75.8%(47名)に及んだ。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

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

>② 外国人旅行者の来訪促進に係る方策<

ア 「日本」の認知度を向上させるための観光宣伝事業の実施

【中期目標】

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

【中期計画】

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

数値目標

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

【年度計画】

・「ビジット・ジャパン・キャンペーン」と連携し、旅行目的地としての「日本」の認知度を向上させ、日本の差別化を図り、訪日旅行意欲の醸成を図るため、メディアへの広報宣伝活動等を通じた訪日旅行に関する記事掲載・番組放映等を図る。

・JNTOウェブサイトの日本観光ポータルサイトとしての位置づけを強化するため、ウェブサイトのメニュー構成、ページデザイン、操作性等を全面的に刷新するとともに、ウェブアドレスの積極的PR、主要

ウェブサイトからのリンク促進等に努め、さらなるアクセス増を図る。また、アクセス分析により、ウェブサイトでのニーズを把握し、コンテンツ整備、機能拡充等に反映させる。

・訪日旅行者の約 25%を占める韓国市場に、より積極的に PR していくための韓国ローカルサイトを立ち上げる。

・日本の観光魅力を海外に PR するためのフォトライブラリーの整備を行い、各種情報ニーズへの対応を図る。

数値目標

・JNTO ウェブサイトの PR 促進やコンテンツ及び操作性の改善を通じて、アクセス件数を、平成 17 年度は平成 14 年度実績に比べ 22%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 17 年度は 72.2 億円とする(VJC 事業も含む)。

① 年度計画における目標値設定の考え方

・ ウェブサイトへのアクセス件数は、中期計画期間中に平成 14 年度実績より 40%程度増加させるという目標に基づき、増加率の概ね 3 年分に相当する約 22%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。

・ メディア広報の数値目標は、平成 15 年度と平成 16 年度の実績(VJC 事業関連含む)の平均値を目標値とした。なお、事業成果は、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 ウェブサイトの日本観光ポータルサイトとしての位置づけ強化

○情報分類、メニュー構成、ページデザイン、操作性等の改善

- ・ 英語版ウェブサイトを対象に、ポータルサイトとしての問題点の分析と改善策の検討を行い、従来指摘されていた欠点を大幅に改善した新たな英語版ウェブサイトの整備を実施した。
- ・ 英語版ウェブサイトの情報を、「観光地情報」「旅行実用情報」「日本文化紹介」の3カテゴリーに再分類した上で、「観光地情報」を導線の中心に設定し、選択した観光地のページから、同観光地の地図、宿泊施設、観光施設、モデルルート、観光魅力の文化背景、パンフレット等の関連情報が、1クリックで入手できるようにした。
- ・ 原則として3クリック以内でのページ表示、現在位置表示の徹底、検索機能の強化など、利用者の利便性に配慮した設計を行うことにより、ウェブサイトの利用しやすさを大幅に改善した。

○アクセス増に向けた取り組み

- ・ JNTO 出展の国内外の旅行博や各市場における訪日旅行キャンペーンにおいて、JNTO ウェブサイトのアドレスの周知を図った。

- ・ 外務省による日韓交流年ウェブサイトとの相互リンクや、各種国際会議の事務局サイトでのリンクを通じて、JNTO ウェブサイトのアクセス増を図った。

○コンテンツの充実

- ・ 知床世界遺産登録、秋葉原レポート、つくばエクスプレス開通、アニメフェア等、新規コンテンツの整備を行った。
- ・ 今後のコンテンツの改善に役立てるために、「言語別の地域観光情報アクセスランキング」、「言語別のアクセス国ランキング」等の統計分析を行った。

【参考資料 9 ウェブサイトの言語別アクセス数推移】

(2) フォトライブラリーの整備

- ・ 平成 17 年 7 月から日本各地の観光地の画像をウェブ上でダウンロード出来るフォトライブラリーの運用を開始した。これにより、海外の旅行会社、マスコミ、一般外国人による画像データの利用が時間と場所を問わず可能となった。
- ・ 運用開始時点での画像の掲載数は 400 枚であったが、その後、地方自治体、観光関連企業等からの協力を得て、充実に努めた結果、1,300 枚程度まで増加した(平成 18 年 4 月時点)。
- ・ 平成 17 年度の利用件数は次の通りである。

利用形態	利用件数
壁紙ダウンロード数	36,758 件(166 カ国)
印刷用登録者数	1,041 件
印刷用ダウンロード数	8,662 件(53 カ国)

※海外からの利用件数のみを記載

【参考資料 10 平成 17 年度の写真ライブラリーの利用状況】

(3) 韓国ローカルサイトの開設

- ・ 訪日旅行者全体の約 25%を占める韓国市場むけに、ソウル海外観光宣伝事務所が管理するローカルサイトを平成 17 年 9 月に開設し、韓国人の好みやニーズに合致したデザイン、メニュー構成、コンテンツにて情報提供を開始した。
- ・ VJC の韓国市場向けサイトの統合による相乗効果もあり、JNTO の韓国語関連ページ全体のアクセス数は対平成 16 年度比 88%増の 616 万 pv となった。

【参考資料 11 韓国ローカルサイトのトップページ】

- ・ 上述の努力の結果、平成 17 年度の JNTO ウェブサイトのアクセス数(ページビュー数:以降 pv)は平成 14 年度実績(約 1,958 万 pv)から約 49.6%増の約 2,930 万 pv となり、平成 17 年度計画の数値目標である対平成 14 年度実績 22.4%増を大幅に上回った。

◎数値目標の達成状況:ウェブサイトアクセス数(ページビュー数:pv数)

中期計画目標値 (増加率:pv数)	14年度実績 (pv)	16年度実績 (pv)	17年度実績 (pv)	14年度に対する 増加率
40%増(2,741万)	1,958万	2,322万	2,930万	49.6%増

(4) 事業パートナーを募っての共同広告事業の実施

現地旅行会社による日本への送客を支援するため、JNTO と旅行会社双方が広告費を負担し、新聞、雑誌等に訪日旅行商品の広告を掲載する共同広告事業を実施した。共同広告掲載後には、広告に対する一般消費者からの反響、販売促進への貢献度等について各旅行会社に対しヒアリングを行い、今後の事業内容、方法について改善に役立てている。実施例は次の通りである。

実施市場	実施時期	集客人数
中国	平成 16 年 12 月～平成 17 年 2 月	3,132 人
	平成 17 年 7 月～平成 18 年 1 月	
香港	平成 16 年 10 月～平成 17 年 3 月	6,253 人
	平成 17 年 9 月～平成 18 年 3 月	

※単年度で実施した共同広告事業は除く。複数年度にまたがって実施したもののみ記載した。

(5) メディア向け広報活動

- ・ 旅行目的地としての「日本」の認知度を向上させ、訪日旅行意欲を醸成するため、海外の有カメディア関係者の招請や取材協力を行い(234 件)、記事掲載・番組放映等を達成した(557 件。平成 16 年度は 384 件)。
- ・ 13 海外事務所がニュースリリースの発行、情報提供、各種アレンジ等を通じて訪日旅行情報の提供を行った結果、記事掲載・番組放映等(1,012 件)を達成した。
- ・ VJC 事業での招請・取材協力(17 件)により、記事掲載、番組放映等を達成した(56 件。平成 16 年度は 33 件)。
- ・ これらの記事掲載・番組放映等の広告費換算額は合計で 136 億 9,201 万円に達した。
- ・ 平成 17 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、「CNN Business Traveler」(欧州、北米、南米等で放送されている TV 番組)、「Travel Channel」(全米で放送されている TV 番組)、「Packat & Klart」(スウェーデンで放送されている TV 番組)、「古都物語」(香港で放送されている TV 番組)、「JAPAN TV」(韓国で放送されている TV 番組)等の大型案件があげられる。
- ・ これらの大型案件は、各海外観光宣伝事務所におけるプレスリリース発行等の情報提供活動、並びに有カメディアへの訪日取材の働きかけ等のセールス活動が奏功した結果、各種媒体にて日本の観光魅力が取り上げられたものであり、海外事務所では本部との綿密な連携体制の下に、取材決定後においても財政支援や取材手配をはじめ、番組等作成に要する映像・画像媒体の提供や各種調査に基づく情報提供に取り組んでいる。

◎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17年度 目標	平成17年度 実績
広告費換算額	28.2億円	72.2億円	136.9億円
基準年比	100	256	485

(平成17年度実績の内訳)

平成17年度実績	136.9億円
JNTO本部事業(メディア広報予算)	60.6億円
JNTO本部事業(海外プロモーション予算)	9.4億円
JNTO海外事務所独自事業	62.0億円
VJC 事業	4.9 億円

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

【参考資料 12 平成 17 年度のメディア広報事業の代表的成果】

【参考資料 13 媒体種類別・地域別取材協力・招請及び実績件数】

【参考資料 14 英国 ELLE 誌掲載訪日観光紹介記事】

- ・ 海外宣伝事務所では、市場のニーズに合わせてニュースリリースを作成し、報道機関や旅行会社等へ随時又は定期的に発信し、訪日旅行の PR に努めた。

＜海外事務所発のメディア向けニュースリリース実績＞

	回数
ソウル	24
北京	14
上海	11
香港	30
バンコク	11
シドニー	20
ロンドン	11
パリ	6
フランクフルト	6
ニューヨーク	15
ロサンゼルス	5
サンフランシスコ	10
トロント	4
合計	167

【参考資料 15 海外事務所発行のニュースレターの実例(ニューヨーク事務所発行)】

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) 官民パートナーシップで諸外国との競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動

>② 外国人旅行者の来訪促進に係る方策<

イ 訪日ツアーの開発・造成・販売に対する支援事業

【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】

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

【年度計画】

・インバウンド・ツーリズム振興の公的な専門機関としての NTO(政府観光局)ブランドとネットワーク(海外観光宣伝事務所)を有効かつ最大限に活用し、世界の主要な市場国・地域の訪日ツアーの企画開発・造成・販売促進を展開する。

・世界の各主要国・地域における市場(訪日ツアー)ニーズに対応したツアー商品の企画開発・ツアー商品造成・販売促進を有力な事業パートナーと協力して事業展開する。

a 訪日ツアーの開発・造成の間接支援

訪日ツアーを企画開発する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、費用の一部負担等、旅行会社の要請に応じた支援をおこなうことにより、機構が主体的に新たな訪日ツアーの開発・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。米国において認定・登録されている「Japan Travel Specialist」1,300名について、メンバーの精査を行った上で、有効な組織として活用を図る。

また、中国をはじめ、VJC 重点市場国においてリテラーを対象としたセミナー等を開催し、訪日旅行商品の販売促進に貢献する販売要員の育成を図る。

数値目標

海外旅行会社に対する訪日視察旅行、商談等のアレンジ等の直接支援により、開発・造成された訪日ツアーについて、 destinations の多様化に努めるとともに、平成 17 年度は、平成 16 年度実績(VJC 事業、その他受託事業も含む)と比較して、集客数を 8.4%増の 115,675 名とする。

① 年度計画における目標値設定の考え方

訪日ツアーの開発・造成・販売に関する平成 17 年度数値目標の設定にあたっては、平成 16 年の訪日外客数増加目標である 8.4%増に合わせ、平成 16 年度実績 8.4%増の 115,675 名とした。

② 実績値と取り組み状況

(1) 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、訪日旅行商品開発・造成に係る間接的な支援を実施した。

- ・ その結果造成されたツアーの件数及び送客数は、判明しているだけでも796件、10.4万人である。

(2) 訪日ツアー開発・造成の直接支援(数値目標を設定している項目)

- ・ 「旅フェア 2005 インバウンド商談会」や「Yokoso! Japan Travel Mart 2005 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、JNTO 独自広告での訪日ツアー商品紹介、セミナー開催、旅行パンフレット作成支援、旅行見本市への出展等の事業を通じて、市場国ツアーオペレーターによる訪日ツアーの開発・造成を支援した。
- ・ 特に、年度の上半期は「愛・地球博」のツアー商品化を目的として、韓国、中国、タイ、米国、カナダ等で旅行会社の招請、販売セミナーを立て続けに実施した。
- ・ 平成17年度にJNTOの直接支援を通じて開発・造成された訪日ツアーは、次表の通りである。この実績は前年度実績106,711人の71.3%増であり、平成17年度計画で掲げた数値目標(115,675人)を上回るものである。

◎数値目標の達成状況：平成17年度送客数(単位：人)

事務所名	JNTO+VJC事業	JNTO事業	VJC事業	その他	総計
ソウル	1,191	11,375	25,339	4,334	42,239
北京	858	463	2,069	230	3,620
上海	1,604	528	2,718		4,850
香港	449	8,045	33,184	28	41,706
バンコック	11,938	3,725	1,367		17,030
シドニー	2,137	154			2,291
ロンドン	7,365	11,316	497		19,178
パリ	219	2,113			2,332
フランクフルト	1,059	1,459	697		3,215
ニューヨーク	3,880	590	1,552		6,022
ロスアンゼルス	21,233	879	378	2,584	25,074
サンフランシスコ	905	3,583	2,159	229	6,876
トロント	3,269	5,081			8,350
総計	56,107	49,311	69,960	7,405	182,783

<事例紹介1：中国におけるゴールデンルートからの脱却を目指した「愛知ー東京・中央道ルート」ツアー造成販売支援事業>

現在中国の訪日ツアーは東京～大阪のゴールデンルートが中心である。本事業では今後が期待出来る第二のルートとして愛知～東京を結ぶ中央道ルートのツアー造成を目的とした。旅行会社、マスコミの招請事業に加え、旅行シーズンに合わせてツアー販促共同広告を掲載した。その結果、集客数は目標の400人を上回る449人に達した。その後、中央道ルートは山東省青島や遼寧省瀋陽にまで波及し、企画・販売されるようになっていく。

また、過度な価格競争に伴う訪日ツアーの品質低下が見られる上海とその周辺地域において、高品質ツアーの定着に向けた第一歩を踏み出すことができたのも成果の一つである。

実施プロジェクト: ※P はプロジェクトの意味。

- P1: 旅行会社の夏秋ツアー商品ルート招請視察(8月)
- P2: ツアー商品販売促進用のイメージカラーチラシの作成・配布(8月)
- P3: 浙江省の有カメディア招請取材(8月)
- P4: 上海における国慶節向けツアー販促共同広告(9月)
- P5: 国慶節ツアー商品の事後検証(10月)
- P6: 旅行会社の冬ツアー商品ルート招請視察(12月)
- P7: 上海および江蘇省の有カメディア招請取材(12月)
- P8: 上海及び浙江省における春節向けツアー販促共同広告(12月)
- P9: 春節ツアー商品の事後検証(2月)
- P10: WTF2006 出展を通じたツアー商品 PR(3月)

集客実績:

- ツアー造成件数: 35 本
- ツアー設定本数: 35 本
- ツアー催行本数: 20 本
- ツアー集客数: 449 人
- 集客数/目標数/(達成率): 449 人/400 人/(112.2%)

<事例紹介2: タイにおける中部地方の大規模プロジェクトを契機とした新規ツアー商品造成販売支援事業>

平成 17 年中部地方では中部国際空港の開港(平成 17 年 2 月)、愛・地球博の開催(平成 17 年 3 月～9 月)と大規模プロジェクトが続いた。本事業ではこれらを契機とした中部地方への訪日旅行造成支援を目的として、販売セミナー、イメージ広告掲載、メディア招請、観光展出演等を行った。その結果、高山や白川郷にタイからの団体が頻繁に訪れるようになった。さらに、事業を通しての PR ツールの作成などの副産物もあった。

実施プロジェクト: ※P はプロジェクトの意味。

- P1: 販売支援としての観光展出演(ITS)。
- P2: 訪日旅行造成のための販売セミナー開催、資料提供事業。
うちセミナー1回はVJC事業として実施。
- P3: イメージ広告(万博期間中向け中部地区特集記事向け)。
- P4: 第一回有カメディア招請。(Travel Around the World)
- P5: 第二回有カメディア招請。(Honeymoon+Travel, Say Hi!)
- P6: 広告事業(11、12月。OK Group、World Surprise、J-Plan Holiday)
- P7: 販売支援としての観光展出演(ITF)はVJC事業で出展となった。
- P8: 販売支援としての観光展出演(TTAAフェア)はVJC事業で出展。
- P9: 広告事業。平成 18 年 1-3 月に OK Group との共同広告を実施。

さらに3月に現地旅行会社12社とともに実施。

集客実績:

ツアー設定本数:573本

ツアー催行本数:510本

ツアー集客数:3,253人

集客数/目標数/(達成率): 3,253人/2,000人/(162.7%)

<事例紹介3:韓国における大規模集客が見込める温泉ツアー造成支援事業>

韓国の訪日旅行商品は低価格で、宿泊施設など日本旅行業界に対するメリットが少なかった。そこで本事業では高級旅館の魅力を訴求することで、高額・高品質ツアーに対する需要喚起を目的とした。旅行会社招請事業に加え、販促グッズの配布、温泉ガイドブックの作成、検索ポータルサイト、旅行雑誌・女性誌などを活用した温泉旅館の魅力のPR等を行った。その結果、4ヶ月の間に30種類の旅行商品が造成され、7,767名を集客した。

また、効率的な事業実施の観点からP1の旅行会社招請事業は、訪日ハネムーン促進プログラムと合同で実施し、1事業で2つの旅行テーマでの商品造成を目指した。

実施プロジェクト:※Pはプロジェクトの意味。

P1:旅行会社招請及び商談会・・・東京での商談会の後、福島県を視察。

P2:旅行会社パンフレットへのJNTO広告掲載・・・温泉商品取扱社6社のパンフレットでJNTO広告を掲載。

P3:販促グッズ配布・・・「温泉のもと」を一般消費者に3,000個配布。

P4:温泉ガイドブック作成(10,000部作成)・・・「JTBるるぶ」の温泉旅館データ20件を購入し、温泉地30箇所とともに温泉旅館の魅力を紹介。

P5:マスコミを通じた広報・・・検索ポータルサイト(ネイバー)及び旅行雑誌・女性誌6媒体に温泉旅館の魅力PR、主要旅行会社連絡先等を掲載。

集客実績:

ツアー造成件数:30件

ツアー設定本数:917本

ツアー催行本数:917本

ツアー設定期間:2005年12月1日～2006年3月31日

ツアー集客数7,767人

集客数/目標数/(達成率): 7,767人/3,000人/(258.9%)

<事例紹介4:カナダにおけるプラス・ジャパン・ツアー造成・販売支援事業>

本事業では、日本の近隣デスティネーションと日本を組み合わせたツアー造成と販売支援を目的とした。在カナダの韓国、中国、香港の政府観光局(NTO)と共同で広告掲載、パンフレット作成支援、マスコミ招請等を行った。誘致ターゲットは白人系カナダ人だけでなく、中華系カナダ人も対象とした。

実施プロジェクト:

P1: 日本・韓国ツアー造成販売支援事業

韓国観光公社と共同で日本、韓国周遊ツアーの造成を現地ツアーオペレーターに働きかけた結果、6社で計7種類のツアーが造成された。これを受け、「Do you know the difference?」をキャッチフレーズとした広告を有力紙トロントスター紙や業界紙に掲載した。更に、ツアーパンフレットの作成支援を実施した。

P2: 日本・中国ツアー造成販売支援事業

日本、中国周遊ツアーの造成を現地ツアーオペレーターに働きかけた結果、6社で計7種類のツアーが造成された。これを受け、日本をアジアの「Gate Way」とする広告を日刊紙に掲載した。更に、ツアーパンフレットの作成支援を実施した。

P3: 日本・香港ツアー造成販売支援事業

香港政府観光局と共同で日本、香港周遊ツアーの造成を現地ツアーオペレーターに働きかけた結果、5社で計5種類のツアーが造成された。これを受け、有力紙トロントスター紙の経済欄に広告掲載した。更に、同紙旅行欄に4ページにわたる日本と香港の観光地を紹介した折り込み広告を実施した。

P4: メディア招請事業

P1～P3で造成された周遊ツアーの販売を促進するためにトロントスター等の有力紙及び週刊紙の記者6名を各NTOと合同で日本に招請し、箱根、東京、京都を取材してもらった。取材にあたっては「日本の物価は高い」との誤解の払拭に努めた。

P5: キャンペーンサイトの立上げ

ツアーの販売支援を目的としてJNTOウェブサイトにも周遊ツアーのリストを搭載した。

集客実績:

ツアー造成本数: 19本

ツアー設定本数: 213本

ツアー催行本数: 211本

ツアー集客数: 844人

集客数/目標数/(達成率): 844人/1,500人/(56.2%)

※集客数は2006年3月末時点での実績。目標数は2007年2月までの達成目標数値。

(3) 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

- ・ ニュースレターの送付、コンサルティング・情報提供、訪日旅行セミナーへの招待、さらには「旅フェア2005インバウンド商談会」、「Yokoso Japan Travel Mart」、「VJC エージェント・ファーム・トリップ」等各種招請事業を実施するにあたり、これまで訪日ツアーに関心のなかった旅行会社に対しても積極的なアプローチを実施した。その結果、ドイツ最大手の旅行会社が初めて訪日旅行ツアーを開始する等の成果を得た。

<事例紹介 ドイツ最大手の旅行会社に対するツアー造成・販売支援事業>

フランクフルト事務所が約1年にわたり働きかけた結果、ドイツ最大手の旅行会社TUIジャーマニー社が発行する2005年夏カタログに、ゴールデンルートを中心とする10日間(2299ユーロ:約32万円)と13日間(2999ユーロ:約40万円)の2本の周遊型ツアー、ホテル情報及びJNTOとJALとの共同広告が掲載された。周遊型ツアーは3000~4000ユーロが主流であったかつてのツアーに比べ、内容と質は高く保ちながらリーズナブルな価格に抑えられている。

(4) 訪日ツアー販売支援事業

- ・ 訪日旅行商品の販売に携わる旅行会社社員を対象としたセミナー開催、広告掲載、旅行パンフレット作成への支援、映像資料の貸与、宣伝印刷物の提供等を行い、訪日ツアー販売を支援した。

<事例紹介1 顧客販売担当社員対策事業>

VJC事業と連携して全事務所が顧客販売担当社員等を対象とした販売支援を目的としたセミナーを開催した。

	セミナー回数	受講者数
総計	76	4,831
中国・計	9	403
北京	4	128
上海	3	124
広東省	2	151
香港	10	268
タイ/シンガポール	3	327
豪州	2	155
英国	8	184
フランス/スペイン	12	1,187
ドイツ	9	546
米国	22	1,511
ニューヨーク	5	210
ロサンゼルス	12	1,128
サンフランシスコ	5	173
カナダ	1	250

<事例紹介2 米国での Japan Travel Specialist(JTS) 事業>

米国で実施している Japan Travel Specialist(JTS)に登録した旅行者に対して、上記セミナーへの招待に加え、最新の訪日旅行商品情報や日本の観光情報を掲載した「JTS ニュース」を年6回Eメ

ール送信し、JTS の販売能力の向上を図った。さらに、平成 18 年度からは「e ラーニングウェブサイト運営」等を実施する。

<事例紹介3 フランス有カツア－オペレーターによる訪日ツア－販売促進事業>

フランスで以前から訪日ツア－の取扱いに実績があるアジア、KUONI、ヌーベル・フロンティエール各社において、訪日ツア－商品の拡充、大衆価格の訪日ツア－の企画の動きが見られた。本事業は各社の大衆価格の訪日旅行商品の開発・販売に協力し、日本に対する料金が高額とのイメージ払拭を目的とした。

実施プロジェクト:

P1 : 宣伝ツール作成支援

P2 : メーリング・ニュースレター支援

P3 : ツア－オペレーター販売員ファムトリップ支援

P4 : ロードショー出展参加(販促支援)

P5 : 共催プレストリップ実施

集客実績:

ツア－造成本数: 244本

ツア－設定本数: 288本

ツア－催行本数: 286本

ツア－集客数: 1,293人

集客数/目標数/(達成率): 1,293人/450人/(287.3%)

<事例紹介4 Thomas Cook ツア－販売促進事業>

平成 16 年度に Thomas Cook が JNTO の支援により造成した訪日ツア－「The Samurai Experience」と「Taste of Japan」の販売促進を行った。

実施プロジェクト:

P1 : プロモーションパンフレットを通じた広報

BBCTV と有力紙 The Times 紙が定期的実施している人気企画「死ぬまでに行きたい 50 の destinations」に着想を得たプロモーションパンフレット「50 amazing places you must see in your lifetime」の訪日商品紹介ページ(カラー/A5/1ページ)に JNTO の広報を掲載した。

P2 : Thomas Cook との共同広告掲載

英国を代表する日刊紙、The Guardian(36 万部)と Daily Mail(238 万部)に同社と共同で訪日ツア－広告を掲載した。

P3 : A4 版リーフレットの作成

高級日曜版全国紙「Sunday Times」に訪日ツア－を紹介する A4 版リーフレットの差し込み封入を行った。

集客実績:

ツアー造成件数: 24 本

ツアー集客数: 240 人

集客数／目標数／(達成率): 240 人／350 人／(68.6%)

③その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

公的機関としての NTO ブランドと海外観光宣伝事務所のネットワークを活用して、VJC 重点国ではないが、今後訪日旅行者の増加が期待されるロシアからの誘客事業を実施した。

<事例紹介1 ロシア、サンクトペテルブルクからのツアーオペレーター招請の件>

9 月にロンドン事務所経由で協力要請を受け、ルフトハンザドイツ航空サンクトペテルブルグ支店と同地のツアーオペレーター6 社 6 名による視察ツアーに協力した。一行は近畿地方を視察後、東京で開催中の「Yokoso! Japan トラベルマート」に参加し、宿泊施設等、日本国内のサプライヤーとの商談を行った。

<事例紹介2 ロシア INTOURMARKET(ITM)2006 への出展>

平成 18 年 3 月に旧ソ連崩壊後のモスクワで初めて開催された海外旅行見本市「INTOURMARKET(ITM)2006」に国土交通省からの受託事業として出展した。併せて、ロシアの旅行業界を対象とした訪日旅行セミナーをモスクワとサンクトペテルブルクで実施した。2005 年の訪日外客統計によると、ロシアからの訪日旅行者は 6 万 4 千人で欧州からは 4 番目に多い水準となっている。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(1) 官民パートナーシップで諸外国と競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動

>③ 外国人旅行者の受入体制の整備支援事業<

【中期目標】

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

【中期計画】

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

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

数値目標

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

【年度計画】

訪日外国人旅行者に対する利便性をさらに向上させるため、全国各地にある観光案内所に対し、外国人対応可能な「i」案内所となるように積極的に働きかけを行う。

また、「i」サポートセンターのサービス内容を改訂し、全国各「i」案内所が、より利用しやすいものとなるよう改善を図る。さらに、サービス提供対象箇所の拡大を図ることにより、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整備を支援する。

また、“YOKOSO!JAPAN WEEKS”期間中に外国人への案内機能を持たせた施設(YOKOSO!JAPAN デスク)の拡充を支援するとともに、全国の観光案内所の実態および「i」ネットワークへの参画希望に関する調査を実施し、「i」案内所の大幅な拡充に取り組む。

数値目標

平成 16 年度末で全国に 120 箇所ある「i」案内所について、平成 17 年度は 10 箇所程度増加させるとともに、18 年度の大幅な拡充についての準備を進める。

①年度計画における目標値設定の考え方

年度当初に当面の設置計画を策定し、「i」案内所の均等な分布をはかる観点から全国 70 都市に所在する案内所を今後勧誘する候補として挙げた。これらの案内所を毎年段階的に「i」案内所にすることを念頭に、平成 17 年度の達成目標を 10 箇所とした。

② 実績値と取り組み状況

(1) ツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)における観光情報の提供

- ・ 17 年 2 月より年間 365 日オープン体制に移行した結果、来訪者数は前年度より 6.6%増加し 31,259 人となった。

	平成16年度	平成17年度	対前年度比
来訪者数	29,313	31,259	6.6%
(うち質問者数)	(25,595)	(26,336)	2.9%
電話による照会件数	5,224	5,541	6.1%
手紙による照会件数	282	194	-31.2%
合計	34,819	36,994	6.2%

【参考資料 16 平成 17 年度のツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)の国籍別質問者数】

(2) 「i」案内所増加のための働きかけ

各地の観光案内所に対して積極的に働きかけた結果、平成 17 年度は新たに 11 箇所指定し、年度計画の数値目標である 10 箇所程度を達成することが出来た。平成 16 年度に「i」案内所の運営主体対象を地方自治体・観光協会以外の民間企業にも拡大したことを受け、11 箇所中 3 箇所は鉄道会社等の民間企業が運営する観光案内所となった。また、平成 16 年度末時点で「i」案内所の指定ゼロであった埼玉県内で 4 箇所指定を行った。これにより、全国の「i」案内所の数は 131 箇所となった。

- ・ 4 月 1 日 浅草駅外国人旅行センター(東武浅草駅)
- ・ 5 月 27 日 下呂市総合観光案内所
- ・ 7 月 1 日 川越市川越駅観光案内所

- ・ 8月7日 郡山市観光案内所
- ・ 9月20日 小田急外国人旅行センター(小田急電鉄新宿駅)
- ・ 10月20日 「日本観光情報センター」(大阪市西区)
- ・ 1月11日 伊勢市観光案内所(外宮前)
- ・ 2月8日 浦和観光案内所(浦和駅)
北浦和観光案内所(北浦和駅)
さいたま新都心観光案内所(さいたま新都心駅)
大宮駅観光案内所(大宮駅)

(3)「i」サポートセンターのサービス内容の改善

- ・ 「i」サポートセンターのサービス内容について利用者を対象としてアンケート調査を実施し、調査結果に基づきサービス内容を改善した。
- ・ 具体的には、「外国語での電話通訳サポートの料金体系を定額制から従量制へ変更」、「接遇ノウハウマニュアルの提供」、「ツアーリスト・インフォメーション・センター(TIC)作成情報の提供」、「「i」案内所サポート・メール・サービスの配信」、「韓国語・中国語の簡易翻訳サービスの提供」を行った。

(4)「i」案内所拡充に向けた取組み

- ・ 国土交通省主催の「YÖKOSO! JAPAN WEEKS 2006(平成18年1月20日～2月20日)」の期間中、421箇所の観光案内所を「YÖKOSO! JAPAN デスク」に指定した。

◎ 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 指定実績	平成17年度 指定実績	中期目標期間中 増加実績
10箇所	2箇所	6箇所	11箇所	16箇所※

※平成15年度は、2箇所(岩手県観光協会・山口県観光案内所)が指定されたが、既に指定を受けていた3箇所(札幌市観光協会・洲本市観光協会・伊万里観光協会)が、外国語の対応が困難となり、予算上の理由から指定解除となった。しかし平成16年度に6箇所、平成17年度に11箇所指定となったので、増加実績としては、2箇所+6箇所+11箇所-3箇所=16箇所となる。

(5)今後の取組み

- ・ 観光案内所の整備は観光ルネサンス事業の補助制度対象であり、平成17年度末で全国に131箇所ある「i」案内所を、平成18年度は平成18年2月のYÖKOSO! JAPAN WEEKS 期間中に「YÖKOSO! JAPAN デスク」に協力した案内所を中心に、100箇所程度増加させることを目標とする。

- ・ 基本的に「i」案内所指定ゼロの都道府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。特に外国人旅行者の訪問率(JNTO「訪日外国人旅行者調査 2003-2004」による)の高い各都道府県は最低 3~5 箇所程度の指定を目指す。
- ・ 国際航空便、国際航路が就航している空港、港、及び外国人旅行者が多く利用する駅に所在する案内所、ホテルのコンシェルジュ・デスクなどを「i」案内所として指定することを目指す。
- ・ 東京地区については、鉄道会社運営の案内所及び外国人旅客の主要訪問地の区役所等運営の案内所を「i」案内所として指定することを目指す。

【参考資料 17 「i」案内所制度】

【参考資料 18 平成 17 年度 「i」案内所の指定基準】

【参考資料 19 全国「i」案内所リスト】

【参考資料 20 平成 17 年度 「i」サポートセンターのサービス案内】

③その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

アジアを中心とした外国人旅行者が全国各地を訪問する状況になりつつある中、日本各地で外国人旅行者の受入、接遇をテーマとした研修会が頻繁に開催されるようになった。JNTO は研修会を主催する国、地方自治体、観光関連団体等の依頼に基づき、職員を講師として派遣した。

事例紹介: 国土交通省主催「訪日外国人旅行者接遇研修会」への講師派遣

平成 18 年 1 月から 3 月にかけて国土交通省が全国各地で開催した合計 20 回の研修会へ JNTO はのべ 20 人の講師を派遣した。講師は海外事務所での勤務経験、現在本部で従事している業務の経験をもとに、外国人旅行者の受入時の注意事項や市場の特性について講演を行った。

事例紹介: 国際観光旅館連盟東北支部主催インバウンドセミナーへの講師派遣

平成 17 年 10 月、12 月に国際観光旅館連盟東北支部がアジア市場をテーマに東北地方の 3 都市で開催した、合計 3 回の研修会へ JNTO はのべ 6 人の講師を派遣した。講師は海外事務所での勤務経験、現在本部で従事している業務の経験をもとに、アジアからの旅行者の受入時の注意事項や市場の特性について講演を行った。

【参考資料 21 平成 17 年度 JNTO 職員講演実績】

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

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

>④ 国際コンベンション等の誘致・支援事業<

ア 国際コンベンション及びインセンティブ旅行の誘致

イ 誘致が決定したコンベンションの開催準備

【中期目標】

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

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

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

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

【中期計画】

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

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

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

イ 誘致が決定したコンベンションの開催の準備を円滑に進めるため、人材育成、寄附金募集・交付金交付制度の運営等の支援事業を積極的に実施する。特に、機構の運営する寄附金募集・交付金交付制度は、国際コンベンションの開催コストの低減に資するのみならず、資金管理を効率的に処理することにも役立つものであるため、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 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及び本部が独自に収集した国際会議に関する情報を精査し、データベースの一層の充実を図る。

また、本部及び海外観光宣伝事務所は相互の連携を図りつつ、内外の会議主催者に対する誘致活動を推進する。

イ インセンティブ旅行(企業報奨旅行)については、海外観光宣伝事務所及び国際会議観光都市のコンベンション推進機関と連携し、誘致活動を強化する。重点誘致対象市場をアジア地域、特に韓国、香港、中国、タイ及びシンガポール等とする。

ウ 国際会議観光都市・コンベンション推進機関への日常的なコンタクトを実施し、夫々のニーズを把握した上で、上記活動の結果得られた会議情報やノウハウを提供する等、必要な誘致支援活動を行う。また、新たにアジア太平洋地域会議の誘致に積極的に取り組む。また、効率的な誘致活動を展開するため、各種人材育成研修会を実施する。

数値目標

会議開催決定権者の招請事業の実施等の結果、誘致に成功した国際会議及びインセンティブ旅行(機構の定める基準に合致する国際会議及びインセンティブ旅行。VJC 事業を含む。)を、平成 17 年度は国際会議を 64 件、インセンティブ旅行を 226 件、計 290 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 17 年度計画としては、平成 14 年度実績と比較して 223 件程度、332.8%増加させることとした。

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 17 年度に、国際会議 60 件、インセンティブ旅行 330 件、計 390 件(平成 14 年度実績と比較して 323 件、482.1%増加)の誘致に成功した。国際会議は数値目標を達成出来なかったが、インセンティブ旅行は数値目標を大幅に上回った。
- 17 年度に誘致に成功したインセンティブによる送客予定数は 11,126 人にのぼる。

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

平成 14 年度 実績	平成 15 年度 実績	平成 16 年度 実績	平成 17 年度 目標	平成 17 年度 実績※
67 件 国際会議	77 件 国際会議	126 件 国際会議	290 件 国際会議	390 件 国際会議
51 件 インセンティブ	53 件 インセンティブ	58 件 インセンティブ	64 件 インセンティブ	60 件 インセンティブ
16 件	24 件	68 件	226 件	330 件
基準年 =100	114.9	188.1	432.8	582.1

※ 国際会議は JNTO 事業のみの実績。

インセンティブ旅行は JNTO 事業 71 件と VJC 事業 259 件の合計。

【参考資料 22 平成 17 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

ア 国際会議に関する情報のデータベースの一層の充実と内外会議主催者に対する誘致活動の推進

- 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、担当都市との連携を密にした支援活動を行った。
- 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 184 件、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 87 件、国際会議観光都市及びコンベンション推進機関に提供した。
- キーパーソンの招請事業、コンベンション見本市への出展、インセンティブ・セミナーの開催に関しては、コンベンション推進機関から広く参加を募った。
- 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紹介する英文ニュースレターを年 6 回配信した。

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

- 上海インセンティブセミナー(平成 17 年 6 月):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合計 6 社と都市コンベンション推進機関との商談会、上海インセンティブ市場に関

する講演等を実施した。

- ・ ソウルインセンティブマート(平成 17 年 9 月):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合計 26 社と都市コンベンション推進機関との商談会、韓国インセンティブ市場に関する講演等を実施した。
- ・ VJC ジャパン・インセンティブ・ショーケース 2005(平成 17 年 12 月):ビジット・ジャパン・キャンペーン(VJC)との連携事業。インセンティブ市場の成長が顕著な韓国、台湾、香港、中国、タイ、シンガポールからインセンティブ旅行を主催する企業、並びに旅行会社の決定権者(キーパーソン)40 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商談会、意見交換会、地方視察ツアーを実施した。
- ・ IT&CMA 2005(平成 17 年 10 月):アジア太平洋地域会議最大級のインセンティブ旅行・国際会議等専門見本市で、タイで開催された。都市コンベンションビューローとともに共同出展し、インセンティブ旅行または国際会議の開催地としての日本の魅力を PR した。

ウ アジア太平洋地域会議の誘致への取り組みと各種人材育成研修会の実施

- ・ アジア太平洋国際会議商談会 (平成 17 年 9 月): ICCA(International Congress & Convention Association)主催の商談会で 16 件の主催者と商談を行った。また、当初、アジア太平洋地域会議に関連する日本国内のキーパーソンを対象としたセミナーを予定していたが、対象範囲を世界全体に拡大した「国際会議主催者支援セミナー」に変更して実施した。セミナーには国際会議観光都市及びコンベンション推進機関から会議開催に対する支援制度の説明、JNTO による誘致支援及び寄附金募集・交付金交付制度やその支援制度について説明を行った。
- ・ コンベンション研修会(平成 17 年 7 月):国際会議観光都市及びコンベンション推進機関でコンベンション実務を新たに担当することとなった関係者を対象。参加者は 53 名。
- ・ コンベンション幹部セミナー(平成 17 年 10 月):国際会議観光都市及びコンベンション推進機関の幹部を対象。参加者は 21 名。
- ・ コンベンション中堅者研修会(平成 17 年 11 月):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実務 3 年以上携わる中堅職員を対象。参加者は 18 名。
- ・ 寄附金募集・交付金交付制度実務研修会(平成 17 年 8 月):会議運営会社(PCO)の実務担当者を対象。参加者は 30 名。

エ 寄附金募集・交付金交付制度の周知と利便性の向上に向けた取り組み

- ・ 平成 17 年度に寄附金募集の協力が決まった国際会議は 19 件で、交付金を交付した国際会議は 18 件(交付額 193 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い

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。

- ・ 広報活動の強化策として、国際会議主催者向けセールスキットを作成(5千部)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)、会議主催者へ配布した。
- ・ IME2005(国際ミーティング・エキスポ)にブースを出展し、国際会議主催者を対象としたコンサルティング・講演会を実施した
- ・ 会議運営経費のコンサルティング等を強化し、国際会議主催者から交付金制度利用の会議を獲得した。

(3) 18 年度以降の新たな施策

- ・ 招請事業の対象(キーパーソン)を厳選するなど、国際観光都市・コンベンションビューローのリクエストも考慮した効果的な事業を実施する。
- ・ 海外事務所と連携を図りつつ在外日系企業のインセンティブ旅行の可能性を探り、セミナー・商談会などを通してインセンティブ旅行の実施を働きかける。
- ・ MICE検討会において打ち出された国際コンベンションに対する課題について、平成 19 年度から取り組む具体策を検討する。

③その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

(1) インセンティブ旅行の一層の誘致促進を図るために、受け入れに熱心な27都市の詳細を紹介する CD-ROM を作成した。

(2) 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 17 年 10 月に 2004 年版コンベンション統計を 600 部作成し、また JNTO ウェブサイトへ掲載した。
- ・ 平成 17 年 9 月に国際会議カレンダーを JNTO ウェブサイトへ掲載した。
- ・ 平成 17 年 7 月、11 月、平成 18 年 2 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。

【参考資料 23 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 24 平成 17 年度 コンベンション誘致事業協賛都市】

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

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

>⑤ 通訳案内業試験事務の代行<

【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、引き続き時代のニーズにあった試験問題に改めるように努めるとともに、通訳案内業試験の認知度向上に努める。

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、それにふさわしい試験内容となるように、引き続き、試験問題作成者に強く要請していく。

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

- ・ 試験問題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、引き続き、試験問題作成者に強く要請するとともに、試験委員に対し、問題作成時に過去5年分の問題と成績(平均点)を公表し、目標平均点に関しての注意喚起を行った。
- ・ 受験者数の多い中国語については、第2次試験の試験地として、従来の東京に加え、京都、福岡を追加し、受験生への便宜を図った。
- ・ 平成18年度に試験地を海外に拡大することが決定しており、海外事務所を通じて、海外会場の選定等を行った。
- ・ 平成18年度以降については、通訳案内士法に基づく試験制度の改善を図るために、国土交通省が定めた「通訳案内士試験ガイドライン」に従った試験問題作成等の試験事務代行を行っていくこととする。

③その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

試験の認知度向上と試験内容の適正化に努めた結果、通訳案内業試験出願者数は増加し合格率は向上している。

年度	出願者	合格率
平成 15 年度	7,122 人	5.3%
平成 16 年度	7,213 人	6.7%
平成 17 年度	8,544 人	11.2%

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(2) 効率的・効果的な業務運営の促進

>①業績評価の充実<

【中期目標】

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

【中期計画】

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

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

【年度計画】

- ア 前年度に引き続き、アドバイザリー・コミッティ(年 2 回)、特別顧問会議(年 1 回)を開催し、JNTO 及びその事業に関する意見や提案を聴取し、業務運営の改善に反映させる。
- イ 事業パートナー(地方自治体・観光関連事業者等)を対象とした顧客満足度調査結果を踏まえ、事業及びパートナーとの関係改善を進める。今後事業パートナー満足度調査を継続して行うことで、機構の事業改善のための PDCA (Plan-Do-Check-Action)サイクルを確立する。
- ウ 機構が行う事業の実施に際して、利用者や関係者に対するアンケート調査等を実施し、事業の目標達成度を測定するとともに、改善点の把握に努める。

① 年度計画における目標設定の考え方

- ・ 機構が実施する事業について適切な評価を得て、不断の見直しを図るため、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(7月、12月の計2回開催。)
- ・ 特別顧問会議(9月に1回開催。)

【参考資料 25 アドバイザリー・コミッティ、特別顧問会議のメンバー】

(2) 顧客満足度調査結果を踏まえたPDCAサイクルの確立

JNTOの顧客に相当する賛助団体・会員を対象に平成17年3月後半にCSI(Client Satisfaction Index)調査を実施し、これを分析してJNTOとして取り組むべき課題を抽出し業務改善を図った。

CSIワーキンググループが抽出したJNTOの10大課題

課題(1) 国内において、JNTOの認知度(知名度)を向上させる。

課題(2) JNTOの事業内容について、もっと事業パートナーにご理解いただく。

課題(3) JNTOが提供するサービスの利用度を高める。

課題(4) 職員の専門性を向上させ、ノウハウを蓄積していく。

課題(5) 迅速な意思決定、迅速な対応を実現する。

課題(6) 限られた資源を有効に活用して成果をあげるため、組織の効率性を向上させる。

課題(7) 事業パートナーとのコミュニケーションを強化する。

課題(8) 職員のサービス精神を向上させ、よりよいサービスを提供する。

課題(9) リーダーシップ(主導性)を積極的に発揮する。

課題(10) 事業パートナー間の連携を強めるため、オーガナイザーとしての機能を強化する。

なお、平成18年6月に行った第二回調査では504票の回答のうち73.4%から「大変評価している」「どちらかといえば評価している」という回答を得た。なお、今回は前回の調査対象者に加え、海外にある事業パートナー、善意通訳ガイド等を追加した。前回と同じ対象者で比較すると、以下の表のようになる。

		サンプル数	スコア	第2回－第1回
総計	第1回	257	62.6%	10.8%
	第2回	387	73.4%	
賛助団体	第1回	102	64.7%	9.6%
	第2回	148	74.3%	
会員	第1回	40	72.5%	4.4%
	第2回	52	76.9%	
協賛金都市	第1回	54	55.6%	6.6%
	第2回	74	62.2%	

※ スコアは、JNTOに対して「大変評価している」「どちらかといえば評価している」と回答した割合

【参考資料 26 CSI 調査概要】

(3) 事業実施時のアンケートの実施

インバウンド旅行振興フォーラムを始めとする JNTO 主催事業、VJC 事業を始めとする国土交通省からの受託事業の実施時に、アンケート調査を行い、事業パートナーや事業参加者の意見や要望を伺い、事業に反映させることに努めた。

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

>②人事考課の徹底<

【中期目標】

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

【中期計画】

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

【年度計画】

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

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

① 年度計画における目標設定の考え方

職員の能力及び実績を適正に評価し、また職員の納得のいく人事評価の仕組みを確立し、適切に運用する。国により課せられた人件費削減目標の達成のため限られた人件費を人事評価結果に応じて配分、貢献に報いるメリハリをつけた運用を行う。

② 当該年度における取り組み

(1) 人事考課の実施とそれに基づく処遇、人事配置

平成16年度に導入した新人事制度に基づき処遇、配置の変更を行った。

- ・ 全職員を対象に、部長、海外事務所長との面談を通じて業務目標を設定の上、身上報告書に記載、提出させた。

- ・ 人事評価基準に基づき、自己評価、面談を経て上長による人事評価を行うなど厳正な手続きを行い、人事評価を決定した。
- ・ 10月と2月に2回開催した海外事務所長会議時に管理部長による面談を行い、海外事務所への人員配置や要望について直接聴取し、人事計画に反映させた。
- ・ 本部の部長級幹部の海外出張の機会を利用して、現地雇用を含む海外事務所員との面談を実施し、苦情や要望を聴取するなど業務運営や人事配置上の参考とした。

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

- ・ 職員が毎年提出を義務付けられている「身上報告書」の様式を変更し、各国語別の実際的な語学能力、ITスキルや資格等の取得の詳細とともに、講演や寄稿の実績を記載し、その能力や過去の業務経験を詳細に申告できるようにし、今後就きたい業務や異動先等の申告と合わせて職員の意向、意欲と業務能力を詳細に把握することにより、きめ細かい労務管理や配置転換が可能となった。
- ・ 海外事務所の円滑な運営に役立てるため、専門講師を迎えて平成18年1月12日(木)～17日(火)に、海外事務所勤務が想定されるプロパー職員(25名)を対象とした「海外事務所マネジメント研修」を開催、海外における採用、労務管理、社会慣行と法令等に関する知識の習得等を行った。
- ・ 理事長、理事、監事、各部長を講師として、平成17年4月4日(月)から8日(金)及び18年1月5日(木)～11日(火)に中途採用者並びに国からの出向職員等を対象とするJNTO業務についてのオリエンテーションを実施した。
- ・ 海外事務所から帰国した職員を講師に、全役職員が参加する「帰国職員プレゼンテーション」を開催し、海外事務所業務の実際について報告を聞くとともに、意見交換し、各市場に対する理解を深める機会を提供した。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(2) 効率的・効果的な業務運営の促進

>③ 外部人材の活用<

(中期目標)

地方自治体・民間事業者等から有能な人材を登用・活用する。

(中期計画)

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

(年度計画)

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

① 年度計画における目標設定の考え方

事業パートナーのニーズ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 16 年度に引き続き、地方自治体・観光関連事業者等から経験豊富で有為な人材の受入れを行った。また、平成 17 年度においては、地方自治体からの訪日インバウンド旅行振興に従事する人材育成支援を強化するため、新たな地方自治体からの派遣研修員の受入れ協議を開始し、平成 19 年度からの受入れ拡大を予定している。

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取り組み

- ・ VJC 事業の対象市場拡大等を勘案し、海外市場開拓部に新たに民間出向者 1 名を受入れた。
- ・ 訪日インバウンド旅行の振興に従事する職員の人材育成を急ぐ地方自治体を支援するため、18 年度以降に新たな研修員の派遣を呼びかけ、19 年度からの派遣受入れの調整を開始した。

③ その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

- ・ 平成 17 年 9 月に観光・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を行ったところ、138 名の応募があり、試験、面接等を実施して、その中から 17 年度において 5 名を採用した。

- ・ また、民間企業等からの出向者 2 名が 18 年度に転籍することとなった。
- ・ 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。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(2) 効率的・効果的な業務運営の促進

>④ 海外の在外公館、諸外国の政府、観光関連機関等との連携強化<

【中期目標】

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

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

【中期計画】

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

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

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

【年度計画】

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

①年度計画における目標設定の考え方

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

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

ア 公的機関、民間企業の海外事務所との連携強化

- (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18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、航空会社を始めとする民間企業の海外事務所等と緊密に協力、連携している。これらの協力・連携の模様については、毎週金曜日発行の「JNTOニュースフラッシュ」を通じて、賛助団体・会員に加え、マスコミ向けに広報している。
- (2) VJC対象国・地域では、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を担っている。平成17年度には新たにVJC対象国となったタイ、シンガポール、オーストラリア、カナダの他、ハワイを含め5箇所のVJC現地推進会の立ち上げに積極的に貢献した。
- (3) 18年1月に、リーダーズ・ダイジェスト誌が発行した小冊子に(株)日本航空インターナショナルと共同で「YÖKOSO! JAPAN WEEKS」に関するPR広告を掲載した。同誌は、北京、上海、広州の高所得者層居住地域で約35万部配布された。また、小冊子には日本旅行に関するアンケートを同封し、訪日旅行に対する消費者の動向把握を行った。

【参考資料 27 日本航空とのリーダーズ・ダイジェスト誌共同広告概要】

イ 国土交通省の国際観光協議への協力と他国政府観光局との連携・協調

- (1) 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17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6回日豪観光交流促進協議(平成17年5月/高山)
 - ・ 「2006年日豪交流年」を契機とした更なる観光交流促進に向けて、観光親善大使の任命、観光魅力と観光客の来訪地域の多様化に焦点を当てたプロモーション活動の強化、教育旅行の拡大や姉妹都市の活用等について合意された。
 - 2) 第5回日米観光交流拡大促進協議会 WG 準備会合(平成17年7月/東京)
 - ・ JNTO 理事長が訪日インバウンド部会の議長を務める同協議会の第5回開催に向けた準備会合。
 - ・ 会議の結果、従来日本インバウンドWGに設置されていたFIT、SIT、パッケージの3つのサブコミティを一本化することを決定した。
 - ・ これを受けて、JNTO ニューヨーク観光宣伝事務所が、米国内の旅行関係団体に対して具体的なビジネスチャンスの提供に向けた情報発信を行っている。
 - 3) 第20回日韓観光振興協議会(平成17年11月/韓国・光州)
 - ・ 地方自治体間の交流の活性化、チャーター便を活用した観光交流の促進、若年層の旅行の促進、スポーツ交流や歴史をたどるイベント(朝鮮通信使)を通じた交流の促進について合意された。

4) 第1回日越観光協力委員会(平成17年12月/ベトナム・ダラット)

- ・ 花をテーマとした観光振興について協議した「フラワーリズム推進会議」と併せて開催され、JNTOからは訪日ベトナム人旅行者の現況についてレクチャーを行った。

5) 第10回日加官民観光定期協議(平成18年1月/名古屋)

- ・ 日加地域間交流の活性化、青少年旅行の活性化、プロモーション活動の高度化について議論された。

(2) 米国・カナダでのアジアの政府観光局(NTO)との連携・協調。

1) 米国での中国、香港の政府観光局との連携

- ・ 米国西海岸の白人層をターゲットとして、中国国家観光局、香港政府観光局と共同で「訪日旅行商品(ジャパン&ビヨンド)造成・販売支援事業」を実施した。
- ・ ツアーオペレーター招請事業、共同広告の掲載、リテラーセミナー実施、マスコミ招請事業等の支援を行い、日本ツアーの販売意欲高揚に貢献した。

2) 米国でのシンガポールの政府観光局との連携

- ・ 米国西海岸の白人をターゲットとして、シンガポール政府観光局、シンガポール航空、現地有カツアーオペレーターと連携して日本とシンガポールを組み合わせたFITパッケージツアー販売支援事業を実施した。
- ・ ロサンゼルス・スタイムズ、サンフランシスコ・クロニクルの両紙にイメージ広告を掲載し、あわせて旅行会社セミナーにおける広報活動の実施等を行った。

3) カナダでの韓国、中国、香港の政府観光局との連携

共同でツアー開発(プラス・ジャパン)を行った。

※27ページの「カナダにおけるプラス・ジャパン・ツアー造成・販売支援事業」を参照。

ウ 他団体との連携・協調

(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。平成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)の一員として主体的、中心的に参加した。

(2) 18年1月20日から2月20日の「YÖKOSO! JAPAN WEEKS 2006」期間中、「i」案内所未加盟の観光案内所421箇所を、「YÖKOSO! JAPAN DESK」として登録し、外国人受入において連携した。

(3) 17年10月に(財)アジア太平洋観光交流センター(APTEC)が、国土交通省東北運輸局と共同で開催した「国際観光促進セミナー2005」に後援協力したほか、事業開発部長がパネリストとして出席した。

(4) 18年1月に(財)アジア太平洋観光交流センター(APTEC)が企画・運営を行なったVJC事業「日本の木造世界遺産観光フォーラム・イン・パリ」に対し、全面的に協力した。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(2) 効率的・効果的な業務運営の促進

>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

- ・ グループウェア「サイボウズ」を活用し、全職員のスケジュール及び観光関連情報の共有化を行った。
- ・ 従来、紙ベースで行われてきた海外事務所からの会計報告を電子化するため、海外事務所会計管理システムを開発、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18年5月に運用を開始した「サイボウズ」の使用範囲を国内から、海外事務所にまで拡大し、国内外を問わず全役職員間でノウハウ・情報の共有を一層推進していく。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(3) 事業成果の公表

【中期目標】

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

【中期計画】

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

【年度計画】

機構業務への理解を深め、その活動に対する国民の信頼を確保する1という観点から、機構が実施する事業概要と成果等をインターネット等を通じて広く国民に公開する。

① 年度計画における目標設定の考え方

本邦における JNTO 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、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登載している。平成 17 年度の国内広報活動成果は、次の通り。

一般紙記事掲載・テレビ放映件数	186 件(前年度 73 件)
業界紙誌記事掲載件数	342 件(前年度 157 件)

【参考資料 28 平成 17 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、新たに冊子「JNTO 事業案内」「JNTO 年次報告書平成 16 年度版」を作成した。これらは印刷物としてだけでなくウェブサイト上でも閲覧可能となっている。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(4) 附帯する業務

【中期目標】 項目なし

【中期計画】

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

【年度計画】

日本コンGRESS・コンベンション・ビューローについては、可能な限り、自主運営に移行させるとともに、コンベンション振興のための連携を強化する。国際観光テーマ地区等推進協議会の事務局業務については、外部委託の可能性に関する検討を行う。

■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。

■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、当時の運輸省の要請により、引き続きその事務局業務を担うこととなった。

① 年度計画における目標設定の考え方

- ・ 日本コンgres・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、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国際コンベンション等の誘致に係る他の業務に投入することを検討することとした。但し、JCCBの実施する事業のうち、国際ミーティング・エキスポ(IME)や人材育成のため研修事業の一部は連携を図り、実施した。
- ・ 国際観光テーマ地区等推進協議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、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gres・コンベンション・ビューロー(JCCB)については、平成17年度末時点で概ね自主運営に移行した。JNTOが獲得した国際コンベンション情報の提供、JNTO職員の事務局次長就任、無償での執務スペースの提供は既に行っていない。一方、事業分野においては、人材育成を目的としたコンベンション研修会(平成17年7月)、IME2005(平成17年12月)を共催し、連携している。
- ・ 国際観光テーマ地区等推進協議会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。その後、各会員に対し、アンケート調査、意見聴取等を行うとともに、平成18年2月に開催した臨時理事会において、事務局業務のあり方について引き続き検討する説明を行ったところ、最終的に、平成18年7月に開催する定期総会で方針決定することとなった。

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、賛助金・会費の拠出に対する理解を深めていただける様に努め、当機構との連携を強化する。

② 当該年度における取り組み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 賛助団体・会員への取り組み

- ・ 平成 17 年度は、賛助団体・会員の往訪・面談の機会を増やした他、CSI 調査を実施することにより、顧客ニーズの把握に取り組み、安定的な自己収入確保に向けた関係構築に取り組んだ。
- ・ 全国各地の賛助団体及び会員等を積極的に訪問した。訪問先は 33 団体に上った。その際、訪問先のニーズに即した提案を行い、徳島県(映画「バルトの楽園」に関連したドイツでの観光プロモーション)を始めとして多数の事業を受託した。
- ・ 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とともに、積極的な勧誘活動を行い、会員の増加を図った。その結果、賛助団体は 2 団体減少したが、会員は 17 団体増加した。

< 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	平成 17 年度末
賛助団体数	155	160	161	125	134	132
会員数	-	-	-	33	60	77
合計	155	160	161	158	194	209

※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改善

- ・ 平成 16 年度のメニュー方式の課題を改善し、より効果的な誘致事業を実施するため、事業のグループ化を行う等の協賛金制度の見直しを行った。
- ・ 「基礎経費」の内容の見直しを行った。
- ・ 「特別誘致活動事業経費」を解体し、より費用対効果が高いと評価される事業を、2つのマーケティンググループA・Bに分け、グループ単位の選択が可能となるよう改善を図った。
- ・ また、平成 18 年度については、協賛都市及び協賛金がほぼ固定してきたこと等から、事業内容の一部変更は行うものの、基本的には前年度を踏襲することとした。

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・研修等を積極的に行うことにより、JNTO の認知度向上に努めるとともに、自己収入の確保に努めた。平成 17 年度は委員会出席、講演、原稿執筆等により、約 530 万円(平成 16 年度 381 万円の 1.4 倍)の収入を得た。

(2)17年度予算等の執行状況(表1~3参照)

<一般勘定>

平成17年度の収入は、計画額29億92百万円に対して、合計で258百万円増の32億50百万円となっている。この変動の主な要因は以下のとおりである。(表1)

- ・ VJC事業の受託により、事業収入が計画額に対して294百万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14百万円の増となったこと。
- ・ 一方、地方自治体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51百万円の減となったこと。

支出については、計画額30億2百万円に対して、合計で1億64百万円増の31億66百万円となった。この変動の主な要因は以下の通りである。(表1)

- ・ 業務経費については、コンベンション協賛金収入の減に伴い事業の見直し等により計画額に対して44百万円の減となった。
- ・ 他方、受託経費についてはVJC事業による経費の増加により計画額に対して232百万円の増額となったこと。
- ・ また、人件費については、新人事制度導入による給与見直し等により、21百万円の減額となった。
- ・ 一般管理費については、海外事務所における定期刊行物購入の見直し及び本部公用車の廃止並びに一般競争入札の活用等により2百万円の減額となった。
- ・ 一般勘定の17年度の当期利益金は22百万円となった。(表2)

この内訳は、通訳案内業試験事業に係る利益13百万円と為替利益8百万円であり、通訳案内業試験事業については、17年度に予定していた電子応募化システムの構築が、18年度に変更されたこと等による。また、為替利益は、海外事務所の外貨建資産の円貨換算額が円安の結果、増大したこと等による。

<交付金勘定>

平成17年度の収入は、寄附者からの寄附額が減少したことにより、計画額9億97百万円に対して7億14百万円減の2億83百万円となっている。(表1)

支出については、交付金交付額の減及び委員手当や旅費等事業経費の節減により、計画額9億97百万円に対して7億80百万円減の2億17百万円となっている。(表1)

交付金勘定の損益については、大型の国際会議開催が減り、上記の通り収益、費用とも減少するなかで、3百万円の当期利益金となった。(表2)

表1 予算

[一般勘定]

(単位：百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<収入>			
運営費交付金	2,295	2,295	0
賛助金・コンベンション協賛金収入	357	306	△ 51
事業収入	332	626	294
事業外収入	8	22	14
計	2,992	3,250	258
<支出>			
業務経費	881	837	44
受託経費	391	623	△ 232
人件費	1,426	1,405	21
一般管理費	304	302	2
計	3,002	3,166	△ 164

[交付金勘定]

(単位：百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<収入>			
寄附金収入	997	283	△ 714
事業外収入	0	0	0
計	997	283	△ 714
<支出>			
交付金事業経費	997	217	780
計	997	217	780

表2 収支計画

[一般勘定]

(単位：百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<費用の部>			
経常費用	3,002	3,154	△ 152
業務経費	881	811	70
受託経費	391	624	△ 233
一般管理費	1,729	1,690	39
減価償却費	1	30	△ 29
臨時損失	—	4	△ 3
当期利益金	0	22	△ 22
計	3,002	3,180	△ 178
<収益の部>			
運営費交付金収益	2,305	2,239	△ 66
国際観光振興事業収入	689	898	209
資産見返運営費交付金戻入	1	4	3
資産見返補助金戻入	—	19	19
資産見返寄附金戻入	—	1	0
事業外収益	7	17	10
臨時利益	—	2	1
計	3,002	3,180	178

[交付金勘定]

(単位：百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<費用の部>			
経常費用	997	217	780
交付金事業経費	997	217	780
当期利益金	0	3	△ 3
計	997	220	777
<収益の部>			
寄附金収入	997	219	△ 778
事業外収益	0	0	0
計	997	220	△ 777

表3 資金計画

[一般勘定]

(単位：百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<資金支出>			
業務活動による支出	3,002	3,069	△ 67
投資活動による支出	—	242	△ 241
次期への繰越金	0	689	△ 689
計	3,002	4,000	△ 998
<資金収入>			
業務活動による収入	2,992	3,058	66
運営費交付金による収入	2,295	2,295	0
賛助金・コンベンション協賛金収入	357	306	△ 51
事業収入	332	448	116
事業外収入	7	9	2
投資活動による収入	—	560	560
前期からの繰越金	11	382	371
計	3,002	4,000	998

[交付金勘定]

(単位：百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<資金支出>			
業務活動による支出	997	219	778
投資活動による支出	—	0	0
次期への繰越金	0	187	△ 187
計	997	406	591
<資金収入>			
業務活動による収入	997	285	△ 712
寄附金収入	997	284	△ 713
事業外収入	0	0	0
投資活動による収入	0	25	25
前期からの繰越金	0	97	97
計	997	406	△ 591

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、中期計画の達成に向けて平成 16 年度に導入した人事制度に基づき人事考課を実施することとした。

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

「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。

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

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した。

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引き続き、適宜適切に説明するとともに、サービスを適切に運用し、賛助金・会費の拠出に対する理解を深めていただける様に努め、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海外事務所を通じて収集した送り出し市場側の意見を基に、観光二国間協議の場などを活用して適宜要請を行う。

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 17 年 3 月から愛知県で開催された「愛・地球博」において査証免除が実施されたが、JNTO では、これが恒久的な措置となるよう、現地市場動向に関し、引き続き政府に資料提供を行った。これにより、韓国からの訪日客の査証免除が平成 18 年 3 月より恒久化されることとなった。

以上

参 考 資 料

1. 平成 17 年度 VJC 中央事業の実績	73
2. JNTO の事業提案から採択された平成 18 年度 VJC 事業テーマ一覧	75
3. ビジット・ジャパン・キャンペーン現地推進会の設置状況	76
4. JNTO のビジョン&ミッションと職員行動指針	77
5. シンガポール事務所開設事業(日星観光交流年記念事業)概要	78
6. シンガポール事務所開設事業に関するマスコミ報道	80
7. JNTO の海外事務所体制	81
8. 消費動向調査の概要	82
9. ウェブサイトの言語別アクセス数推移	83
10. 平成 17 年度のフォトライブラリーの利用状況	86
11. 韓国ローカルサイトのトップページ	87
12. 平成 17 年度のメディア広報事業の代表的成果	88
13. 媒体種類別・地域別取材協力・招請及び実績件数	89
14. 英国 ELLE 誌掲載訪日観光紹介記事	90
15. 海外事務所発行のニュースレターの実例(ニューヨーク事務所発行)	91
16. 平成 17 年度のツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)の国籍別質問者数	92
17. 「i」案内所制度	93
18. 平成 17 年度「i」案内所の指定基準	94
19. 全国「i」案内所リスト	96
20. 平成 17 年度「i」サポートセンターのサービス内容	99
21. 平成 17 年度 JNTO 職員講演実績	101
22. 平成 17 年度国際会議・インセンティブ旅行誘致成功実績	103
23. コンベンション誘致事業のグループ化と協賛金	105
24. 平成 17 年度コンベンション誘致事業協賛都市	106
25. アドバイザリー・コミッティ、特別顧問会議のメンバー	107
26. CSI 調査概要	108
27. 日本航空とのリーダーズ・ダイジェスト誌共同広告概要	109
28. 平成 17 年度報道発表案件一覧	110
29. 運営費交付金の算定ルール	112
JNTO 関連の用語集	114

参考資料1 平成17年度 VJC 中央事業の実績

市場	事業名
韓国	訪日ゴルフツアー促進事業意見交換会
	KOTFA2005出展事業等
	日韓文化交流展への出展事業
	訪日スキーツアー促進事業意見交換会
	訪日教育旅行促進事業(説明会、ガイドブック作成)
	韓国からの訪日修学旅行市場調査
中国	中国市場における旅行会社企画・販売担当者対象研修事業 (訪日スペシャリスト研修育成事業)
	日中観光交流セミナー(ミッション派遣、セミナー・説明会)
	中国遼寧・東アジア国際観光博覧会(EAITF2005)へのVJCブース の出展
	青島ジャパンウィーク
	済南友好都市旅遊博出展
	中国旅行社企画・販売担当者招請事業
	中国国際旅遊交易会(CITM2005)
	広東省における訪日修学旅行促進セミナー実施事業
	中部中部旅遊交易会
香港	香港国際旅遊交易会(ITE2005)出展
	日本の祭2005(Matsuri Japan 2005)
タイ	ITF2005出展
	タイVJC推進会
	TTAA 2006出展
シンガポール	シンガポール訪日セミナー及びジャパンミュージックフェスタ
	NATAS Holidays 2005出展
	NATAS Travel 2006出展
	シンガポールVJC推進会
タイ/シンガポ ール/米国/ オーストラリア	北海道ビジネスフォーラム英語圏招請
オーストラリア	ストップオーバープロモーション(メディア招請)
	オーストラリアVJC推進会
	日豪交流年関連事業(サマーフェスティバルへの出展、観光セミナー開催)
	Holiday & Travel Expo
英国	WTM2005出展事業
	Destinations 2006への出展事業及び日EU市民交流年
	VJCメディア招請(SAYURI関係)
フランス	マルセイユ国際見本市
	ロンリープラネット制作支援
	Salon Mondial du Tourisme2006
	ポルドーにおける日EU市民交流年関連事業

市場	事業名
英国/フランス	VJC旅行会社招請
英国/フランス/ ドイツ	VJC欧州代理店研修事業
ドイツ	「デュッセルドルフ日本デー」へのVJC出展事業
	シュレスビヒ・ホルシュタイン音楽祭
	メディア招請 (VOX TV)
	ツアーオペレーター招請
	キャラバンモーター観光国際見本市(CMT2006)
	リテラー研修(英・仏・独)
	ITBベルリン
米国	2005 NBC4/Telemundo 52 Travel & Leisure Expo等への出展事業
	米国ツアーオペレーター招請事業
	National Business Travel Association 2005 Convention and Trade Showへの出展事業
	OTAKON 2005への出展事業
	The Fifth Annual Festival Japanへの出展事業
	AAA&オレンジカウンティレジスターズトラベルショー
	UCLA Travel FairへのVJCブース出展事業
	SEATTLE Trade ShowへのVJCブース出展事業
	Morris Murdock Int'l Travel & Tourism ShowへのVJCブース出展
	南加華旅遊協会・旅遊大展へのVJCブース出展事業
	LAタイムストラベルショーへのVJCブース出展事業
	NYタイムストラベルショーへのVJCブース出展事業
	FIT促進事業(広告掲載等)
WORLD WATER EXPO MEXICO 2006へのVJCブース出展事業	
米国西海岸訪日ツアー販売強化事業	
カナダ	アディソン・トラベル・トレードショー
	カナダVJC現地推進会実施事業
	トラベル&レジャーショー
	メディア招請(Discovery チャンネル)
	リテラー招請
本部	VJC事業重点地域市場動向調査
	訪日教育旅行受入方法検討調査
	インバウンド旅行者を対象とした地方連携システムおよび通訳ガイド検索システム整備
	VJC重点市場における若者訪日意識調査

計 69 件。

※国土交通省から直接受託した事業以外の事業も含む。

参考資料 2 JNTO の事業提案から採択された平成 18 年度 VJC 事業テーマ一覧

市場名	事業名
韓国	訪日ハネムーン・カップルツアー造成・販促支援事業
中国	コンテスト方式による高品質ツアー商品の通年化・多様化促進事業
	中央道ルートツアー造成・販促支援事業
	広東省・東京/大阪+αツアー開発・支援事業
香港	テーマ性のある高品質・高価格ツアーの開発・販売支援事業
タイ	地方と連携した訪日旅行多様化プログラム
オーストラリア	FIT拡大(VIA JAPAN・ストップオーバー)事業
	スキー・スノーボードツアー拡大事業
英国	英系大手リテールエージェント等への訪日商品拡大事業
	FIT拡大・英豪間VIA JAPAN/ストップオーバー促進事業
米国	包括的訪日プロモーション事業
	ジャパントラベルスペシャリスト(JTS)事業
	大手ツアーオペレーターによる日本ツアー販売強化事業
	Affordable Japan事業/リテラーセミナー
カナダ	FIT低廉ツアー造成・販売促進支援事業 「プラスジャパン」ツアー(4カ国NTOとのタイアップ)商品の造成・販売支援事業

計 16

参考資料 3 ビジット・ジャパン・キャンペーン現地推進会の設置状況

	名称	設置箇所	設置月日
1	韓国ビジット・ジャパン・キャンペーン推進会	ソウル	2003年6月4日
2	香港ビジット・ジャパン・キャンペーン推進会	香港	2003年7月14日
3	中国ビジット・ジャパン・キャンペーン推進会	北京	2003年8月5日
4	米国ビジット・ジャパン・キャンペーン推進会	ワシントンDC	2003年9月19日
5	ニューヨーク・ビジット・ジャパン・キャンペーン推進会	ニューヨーク	2003年9月19日
6	台湾ビジット・ジャパン・キャンペーン推進会	台北市	2003年11月17日
7	ビジット・ジャパン・キャンペーン推進会	ロサンゼルス	2004年4月28日
8	ビジット・ジャパン・キャンペーン推進会	サンフランシスコ	2004年4月28日
9	英国ビジット・ジャパン・キャンペーン推進会	ロンドン	2004年5月5日
10	フランス・ビジット・ジャパン・キャンペーン推進会	パリ	2004年6月18日
11	ドイツ・ビジット・ジャパン・キャンペーン推進会	ベルリン	2004年6月21日
12	シンガポール・ビジット・ジャパン・キャンペーン推進会	シンガポール	2005年9月7日
13	タイ・ビジット・ジャパン・キャンペーン推進会	バンコック	2005年9月8日
14	カナダ・ビジット・ジャパン・キャンペーン推進会	トロント	2005年9月29日
15	豪州ビジット・ジャパン・キャンペーン推進会	シドニー	2005年10月5日
16	ホノルル・ビジット・ジャパン・キャンペーン推進会	ホノルル	2006年3月16日
17	上海ビジット・ジャパン・キャンペーン推進会	上海	2006年5月29日
18	バンクーバー・ビジット・ジャパン・キャンペーン推進会	バンクーバー	2006年6月15日

参考資料 4 JNTO のビジョン&ミッションと職員行動指針

日本語版

<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。

英語版

<Vision>

To build a nation on inbound tourism initiative

<Mission>

While contributing to the Visit Japan Campaign, we will reach a goal of attracting 10 million foreign visitors by the year 2010.

<Action Guideline>

- Our staff will strive to be professional in the field of inbound tourism.
- Our organization will build a team fully maximizing the diverse individuality and abilities.
- We will become an important partner, attaining high level of client satisfaction for all the associates in the inbound tourism industry.

中国語(繁体字)版

(藍圖)

振興外國遊客赴日觀光旅遊，進而實現“觀光立國”。

(使命)

為推動“赴日旅遊宣傳計畫”(VISIT JAPAN CAMPAIGN)，實現2010年訪日外國觀光客達1,000萬人次之目標。

(執行方針)

- 我們全體人員期望成為 INBOUND TOURISM 方面的旅遊專家。
- 我們機構朝向一個能充分發揮個人專長和能力的團隊組織。
- 我們期望成為提供有關 INBOUND TOURISM 旅遊事務人員之高品質服務的重要工作伙伴。

※ 外国語版は上記の他、韓国語、中国語(簡体字)、タイ語、フランス語、ドイツ語版を作成した。

参考資料 5 シンガポール事務所開設事業(日星観光交流年記念事業)概要

1. シンガポール事務所開所式典

日時:平成 18 年 5 月 4 日(木) 15:30 から 16:00

会場:アトリウム@オーチャード(シンガプーラショッピングセンター前)

来賓: 国土交通大臣	北側 一雄
在シンガポール日本大使	小島 高明
シンガポール政府観光局(STB)国際局長	Dayne Lim
JATA 理事長	金子 賢太郎
JETRO シンガポール事務所長	平井 澄仁
CLAIR シンガポール事務所長	千葉 義弘
シンガポール日本商工会議所(JCCI)会頭	鉄屋 正夫
シンガポール日本人会	中川 淳
NATAS 事務局長	Robert Khoo

プログラム:

- (1)来賓紹介
- (2)JNTO 理事長挨拶/シンガポール事務所職員紹介 中村 稔
- (3)来賓挨拶 国土交通大臣
STB 副長官
- (4)テープカット

2. 日星観光交流年記念レセプション

日時:平成 18 年 5 月 4 日(木) 18:30 から 20:30

会場:シンガポールフォーシーズンズホテル

来賓: 国土交通大臣	北側 一雄
シンガポール第二貿易産業大臣	ヴィヴィアン・バラクリシュナン
日星観光広報大使	ディック・リー

プログラム:

- (1)来賓挨拶
国土交通大臣
星第二貿易産業大臣
- (2)ディック・リー氏日星観光広報大使任命式
- (3)鏡割り
- (4)乾杯
- (5)理事長挨拶/JNTO シンガポール事務所職員紹介
- (6)北海道によるプレゼンテーション
- (7)歌
- (8)日本文化紹介のパフォーマンス(和太鼓)

3. Yokoso ! Japan Street Fiesta 2006

日時:平成 18 年5月4日(木)から7日(日)

会場:アトリウム@オーチャード

JNTO シンガポール事務所、現地都道府県事務所と共同でインフォメーション・ブースを運営した他、訪日旅行を扱う 12 の旅行会社が販売ブースを設営した。

インフォメーション・ブースでは観光パンフレットなどの配布と並行して、航空会社提供の航空券、地域限定物産品を景品とした抽選会を実施した。

また、ハロー・キティ・ショーやよさこい・ソーラン・ダンス、J・アニメ・コスチューム・ショーなど日本文化の紹介を行い、約 3,000 名の集客があった。

The Straits Times May 5, 2006

H20 | HOME

THE STRAITS TIMES FRIDAY MAY 5, 2006

Japan aims to double S'pore tourist figures

Target can be met with public, private sector tie-ups, says minister

By MARCEL LEE PEREIRA

JAPAN wants to attract twice as many Singaporean visitors as it is seeing now.

And Japanese Land, Infrastructure and Transport Minister Kazuo Kitagawa believes the target can be achieved in the near future with cooperation between the public and private sectors.

Last year, some 94,000 Singaporeans visited Japan, while close to 600,000 Japanese visited Singapore.

Mr Kitagawa, heading a drive to boost tourism, said the impression that a Japan trip is expensive needs to be changed with more low-cost packages.

Private tour operators have to be creative and come up with low-cost products such as cheaper hotel tariffs and airline tickets during off-peak seasons, he added.

Mr Kitagawa, on a two-day visit here, also met Second Minister for Trade and Industry Vivian Balakrishnan yesterday.

The two ministers signed a joint statement on the expansion of tourism exchange, which outlines five broad steps to promote tourism, such as encouraging co-operation among private companies in the industry and providing support to the publicity activities for each country.

To market Japan to the region, the Japan National Tourist

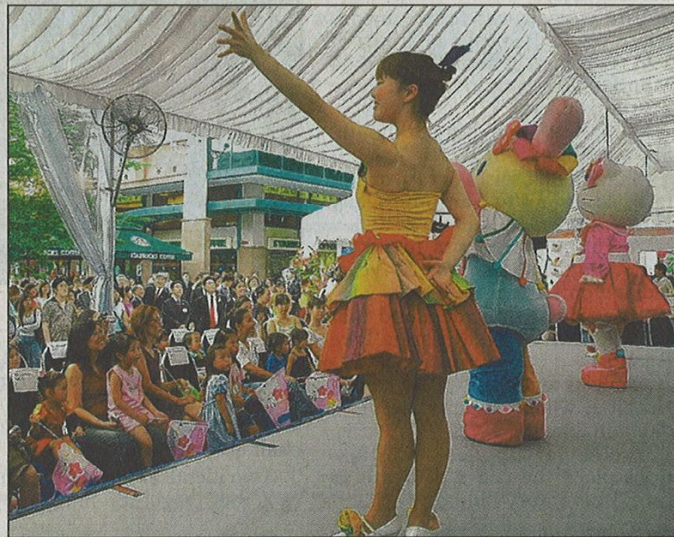


PHOTO: DESMOND LIM

TREAT FOR THE YOUNG: A Hello Kitty musical is one of the highlights at the four-day Yokoso! Japan Street Fiesta outside Plaza Singapura.

Organisation yesterday opened its Singapore office, the second in the region.

It will serve as a base to promote Japan, not only to Singapore, but also to Malaysia, Indonesia and India.

Said Mr Kitagawa: "We will be able to disseminate more information on Japan's tourist attractions, and also able to introduce a variety of tourist products."

Mr Kitagawa also met National Development Minister Mah Bow Tan, discussing issues affecting urban planning in both countries.

During his meeting with Transport Minister Yeo Cheow Tong, they discussed stamping

out piracy along the Malacca Strait, as well as the impact of Singapore Airlines' fleet of Airbus A380s and how Japan's airports could handle the world's largest passenger plane.

Mr Kitagawa also called on President S R Nathan yesterday.

And in celebration of the 40th anniversary of diplomatic relations between the two countries, the four-day Yokoso! Japan Street Fiesta outside Plaza Singapura was launched yesterday.

Highlights include a Hello Kitty musical, J-Pop dance performances, as well as dozens of tour packages to Japan to choose from.

marcelp@sph.com.sg

参考資料7 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	18	+4	19	+1	37	+5
ソウル	3		5		8	
北京	3		3		6	
上海	3	+1	3		6	+1
香港	3		2		5	
バンコク	2	+1	3		5	+1
シンガポール	2	+2(新設)	1	+1(新設)	3	+3(新設)
シドニー	2		2		4	
欧州	8	+1	9	-1	17	
ロンドン	3		3	-1	6	-1
パリ	3		3		6	
フランクフルト(分室)	2	+1	3		5	+1
米州	11		11		22	
ニューヨーク	5		4	-1	9	-1
ロサンゼルス	3		3	+1	6	+1
サンフランシスコ(分室)	1		2		3	
トロント	2		2		4	
全体	37	+5	39		76	+5

(注1)職員数は、平成18年3月31日現在。増減数は平成17年3月31日との比較

(注2)派遣職員には、海外実習生を含む

参考資料 8 消費動向調査の概要

1. 調査概要

JNTOが、訪日外国人旅行者の消費実態を把握することを目的として実施した調査。概要は、以下のとおり。

- (1) 実施期間 : 平成 17 年 10 月 29 日～12 月 9 日
- (2) 実施場所 : 国内主要 7 空港及び 1 海港 出国待合室
(新千歳、成田、羽田、中部、関西、福岡、那覇及び博多港)
- (3) 調査対象 : 日本国内で 1 泊以上の旅行を終えた出国直前の外国人旅行者
※ 但し、国内在住者、米軍、91 日以上の滞在者を除く。
- (4) 標本数 : 6,034 名
- (5) 調査手法 : 調査員による面接聞き取り調査。または自記入式。不明箇所は調査員が直接確認。
- (6) 調査内容 : 訪日旅行前の訪日旅行に関する支出額、日本国内での支出額、日本での両替・クレジットカードの利用状況など。

2. 調査結果から判明した主なポイント

- (1) 訪日旅行に関する直接支出総額(注1) : 推定総額 1 兆 1,371 億円
(居住地での支出分のうち、日本への還流分 + 日本国内での支出分)
- (2) 日本国内で直接支払った総額 : 推定総支出額 8,242 億円
- (3) 日本国内における 1 日 1 人あたりの平均支出単価(注2) : 12,689 円
- (4) 日本国内におけるATM利用状況 : 全体の 12.5%が利用
- (5) 両替・支払の実態 :
全体の 7 割近くが訪日前に日本円を準備。クレジットカードも 5 割が利用。
- (6) 各地域の人気購入品 : (例)「お菓子」「化粧品」など

※ 注記 1: (1)に示す数値は、訪日外国人旅行者が、居住地及び日本国内で支出した訪日旅行に関する消費額、平均滞在日数、訪日外客数などをもとに推定算出したものである。自己申告制による支出額であるため、会社など回答者以外の者が支出した額(会社が支出した航空運賃、宿泊費、会議費など)は含まれない。

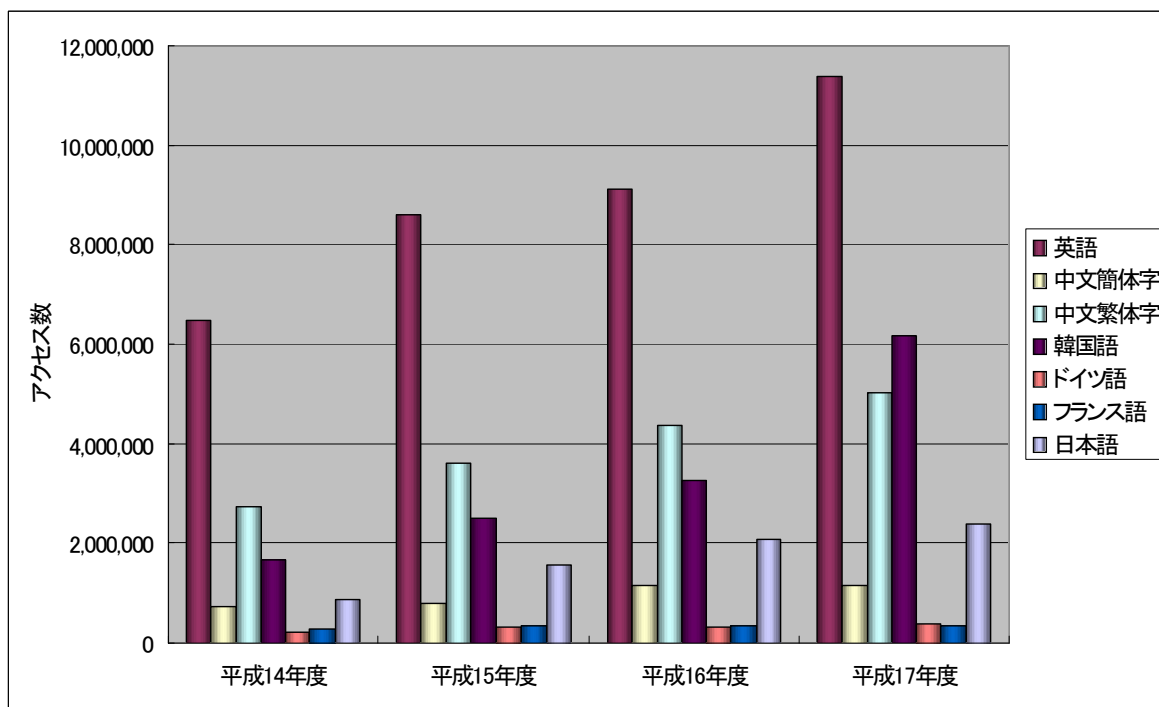
※ 注記 2: たとえば、「1 人で全 4 泊 5 日の日本滞在のうち、最初の 3 泊は友人宅に泊まり、宿泊費の支出がゼロで、最後の 1 泊のみ 1 泊 2 万円のところに泊まった」人の場合、宿泊費の 1 日平均支出額は、2 万円÷5 日(滞在日数)=4,000 円との計算になる。

参考資料 9 ウェブサイトの言語別アクセス数推移

平成 14 年度～平成 17 年度の JNTO ウェブサイト言語別アクセス数 (pv)

	平成14年度	平成15年度	平成16年度	平成17年度	平成17年度増加率(%)	
					対平成14年度	対平成16年度
英語	6,490,429	8,591,221	9,136,766	11,369,768	75.2	24.4
韓国語	1,672,979	2,493,876	3,277,092	6,164,634	268.5	88.1
中文繁体字	2,727,849	3,597,718	4,362,552	5,037,615	84.7	15.5
中文简体字	728,780	796,724	1,149,894	1,140,272	56.5	-0.8
ドイツ語	198,947	305,887	314,199	368,812	85.4	17.4
フランス語	276,408	335,467	352,968	358,969	29.9	1.7
日本語	881,760	1,570,161	2,090,896	2,381,772	170.1	13.9

※上記以外に各言語に分類しないアクセスがある。
 ※日本語による観光情報の提供は行っていない。
 ※平成 17 年度の韓国語アクセス数は、韓国サイトを含む。



言語別地域観光情報アクセスランキング(上位 20 位)

	英語	韓国語	中文簡体字	中文繁体字
1	新宿	新宿	新宿	小樽
2	秋葉原	渋谷	銀座・日本橋	新宿
3	銀座・日本橋	池袋	渋谷	お台場
4	渋谷	銀座・日本橋	池袋	函館
5	皇居・丸の内・霞ヶ関	原宿・表参道	お台場	富良野
6	浅草	皇居・丸の内・霞ヶ関	心齋橋	浅草
7	池袋	お台場	梅田	軽井沢
8	赤坂・六本木	秋葉原	皇居・丸の内・霞ヶ関	洞爺湖
9	箱根	梅田	秋葉原	登別
10	お台場	上野	浅草	池袋
11	原宿・表参道	浅草	道頓堀	皇居・丸の内・霞ヶ関
12	上野	赤坂・六本木	伊豆七島	心齋橋
13	京都駅周辺	大阪城	上野	渋谷
14	浜離宮・芝浦	心齋橋	赤坂・六本木	銀座・日本橋
15	東山	道頓堀	原宿・表参道	層雲峡
16	心齋橋	博多	恵比寿・代官山	秋葉原
17	祇園・河原町	札幌大通公園	富士山(静岡)	札幌大通公園
18	札幌大通公園	恵比寿・代官山	奥多摩湖	大阪城
19	梅田	中州・天神	大阪城	原宿・表参道
20	小笠原諸島	浜離宮・芝浦	浜離宮・芝浦	定山溪

※網掛は都内の観光地。

※地域観光情報の提供は英、中文(繁体字、簡体字)、韓の4言語。

JNTO ウェブ地域観光情報閲覧端末の所在国ランキング(上位 20 位)

順位	英語		中文簡体字		中文繁体字		韓国語	
1	日本	26.8%	中国	33.8%	台湾	46.9%	韓国	88.8%
2	アメリカ合衆国	21.9%	日本	23.3%	香港	39.5%	日本	7.2%
3	シンガポール	7.9%	アメリカ合衆国	9.4%	日本	3.2%	アメリカ合衆国	1.7%
4	香港	5.1%	香港	9.0%	アメリカ合衆国	3.1%	カナダ	0.4%
5	オーストラリア	4.2%	台湾	6.6%	中国	2.6%	スウェーデン	0.3%
6	イギリス	4.1%	シンガポール	4.2%	カナダ	1.3%	中国	0.2%
7	タイ	3.9%	マレーシア	2.7%	オーストラリア	0.6%	イギリス	0.2%
8	カナダ	3.4%	カナダ	2.1%	マカオ	0.6%	ドイツ	0.1%
9	フランス	2.8%	韓国	1.3%	シンガポール	0.4%	香港	0.1%
10	欧州連合	2.1%	オーストラリア	1.1%	マレーシア	0.2%	台湾	0.1%
11	ドイツ	2.0%	スウェーデン	0.8%	スウェーデン	0.2%	スロベニア	0.1%
12	台湾	1.2%	イギリス	0.7%	イギリス	0.2%	欧州連合	0.1%
13	韓国	1.1%	欧州連合	0.7%	国名不明	0.1%	フランス	0.1%
14	マレーシア	1.1%	フランス	0.6%	フランス	0.1%	オーストラリア	0.0%
15	スペイン	1.0%	タイ	0.4%	韓国	0.1%	イタリア	0.0%
16	スウェーデン	0.9%	ドイツ	0.4%	欧州連合	0.1%	ニュージーランド	0.0%
17	中国	0.9%	スロベニア	0.3%	ニュージーランド	0.1%	シンガポール	0.0%
18	オランダ	0.7%	ニュージーランド	0.2%	ドイツ	0.1%	ノルウェー	0.0%
19	イタリア	0.7%	マカオ	0.2%	タイ	0.0%	オランダ	0.0%
20	スイス	0.6%	ノルウェー	0.2%	オランダ	0.0%	ベトナム	0.0%

※JNTO ウェブ地域観光情報を閲覧した端末が所属する国のランキング。

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

- ・英語、中文簡体字は日本国内からのアクセスが 20%以上あり、在日外国人及び訪日後旅行者の利用を示唆。
- ・中文繁体字は台湾、香港からのアクセスで全体の 8 割以上を占める。
- ・韓国語は 9 割近くが韓国国内からのアクセス。

参考資料10 平成17年度のフォトライブラリーの利用状況

ダウンロード件数画像別上位 10 位(海外版)

順位	印刷用	件数	壁紙用	件数
1	富士山と桜1(山梨)	339 件	富士山と桜1(山梨)	2,115 件
2	東京タワーと富士山(東京)	188 件	東京タワーと富士山(東京)	969 件
3	円光寺(京都)	161 件	円光寺(京都)	737 件
4	銀座(東京)	157 件	雪の大谷(富山)	664 件
5	屋台(福岡)	157 件	栗林公園(香川)	600 件
6	嵯峨野(京都)	106 件	新宿(東京)	568 件
7	葵祭(京都)	98 件	嵯峨野(京都)	466 件
8	ねぶた祭(青森)	95 件	吉野(奈良)	464 件
9	宮島花火大会(広島)	90 件	富士山と桜2(山梨)	454 件
10	新宿(東京)	82 件	金閣寺(京都)	405 件

ダウンロード件数自治体別上位 10 位
(海外版・国内版、印刷用及び壁紙用)

順位	都道府県	件数
1	京都	9,173 件
2	東京	5,757 件
3	山梨	3,573 件
4	奈良	3,568 件
5	静岡	2,586 件
6	神奈川	2,399 件
7	広島	1,721 件
8	岐阜	1,345 件
9	富山	1,139 件
10	岡山	1,117 件

参考資料11 韓国ローカルサイトのトップページ

The screenshot shows the JNTO website interface in Korean. At the top, there is a navigation menu with categories like 'INTRODUCTION', 'VISIT INFO', 'TOUR INFO', 'REGIONAL INFO', 'THEME TOUR', and 'CONVENTION'. Below this is a main banner for 'Japan National Tourist Organization WELCOME TO JAPAN' with a large image of a modern building and a Ferris wheel. To the left, there are several promotional boxes for 'Inn & Hotel', 'food & taste', 'JNTO 사진자료실', and '나만의 일본즐기기'. The main content area is divided into several sections: 'What's NEW' with a list of recent news items, 'JNTO TOPICS' with various topic thumbnails, 'Theme TOUR' with six different tour options (01-06), 'Regional Information' with a map of Japan and a list of regions, 'Best COURSE' with a featured course on Kyushu, and 'Tour REPORT' with a featured report on Kyushu. At the bottom, there is a language selection menu and a copyright notice for 2006.

http://www.welcometojapan.or.kr/

参考資料 12 平成 17 年度のメディア広報事業の代表的成果

国・地域名	媒体名(種類)	発行部数又は視聴者数	記事概要
韓国	Storybook Travels 2 (ガイドブック)	5000部	美しい写真と共に、「ラブレター」、「おしん」等、韓国で有名な日本映画のロケ地を、その周辺観光地とともに紹介。
中国	新聞晨报(旅游周刊) (日刊紙の月曜版)	60万部	温泉、新鮮な海の幸、アイスクリーム、ラーメンなど、春夏秋冬の多様な自然の魅力も織り交ぜながら北海道の魅力を紹介。
中国(香港)	TVB (テレビ)	373万人	日本のTV番組「大奥」全25回放送に先立って、「古都物語」と題して、京都と大阪の観光魅力を計3回延べ90分にわたって紹介。
タイ	Say Hi! (テレビ)	200万人以上	タイの有名女優がリポートを担当する日本の文化、観光的魅力に特化した新番組。計7回にわたって山梨、東京、京都、長野、岐阜における多様な観光魅力を紹介。
オーストラリア	The Great Outdoors (テレビ)	250万人	築地市場、秋葉原の賑わい、原宿の若者文化、また静寂の明治神宮など、大都会東京の多様な魅力を紹介。
カナダ	CTV TV "Canada AM" (テレビ)	90万人	愛知万博会場のカナダ政府館とトロントのスタジオを54分間にわたり二元中継。万博の概要、各パビリオン紹介に加え、高円宮妃殿下のインタビューも放送。
米国	New York Times (日刊紙)	120万部	ニューヨークで日本酒の人気向上とともに認知されつつある焼酎を取り上げ、鹿児島に造詣の深い「焼酎王国」と言われる鹿児島の人気の高い芋焼酎の作り方や歴史、地元の居酒屋での楽しみ方などを紹介している。
米国	National Geographic Traveler Magazine (旅行雑誌)	670万部	世界遺産となった紀伊山地の歴史的背景、その神秘さについて、見開き2ページの迫力ある写真とともに紹介。
英国	Observer (日刊紙)	47万部	芸妓の生活と京都の観光魅力について、映画Memoirs of a Geisha(邦題:SAYURI)と絡めて紹介。インパクトのある写真とともに、表紙と見開き2ページにわたって掲載された。
ドイツ	Men's Health (月刊誌)	24万部	世界一の長寿の国である日本について、その生活様式や食事などの5つにわたる長寿の秘訣を紹介。
フランス	Le Figaro (日刊紙)	44万部	芸者の歴史や花柳界のしきたり等を紹介しつつ、舞妓の1日を追ったルポルタージュ。

平成17年度「メディア広報事業」実績件数(媒体種類別・地域別内訳)

媒体の種類		地域					合計
		米州	欧州	豪州	アジア	その他	
ガイドブック	メディア広報事業	0件	2件	3件	5件	0件	10件
	海外プロモーション事業	0件	0件	0件	0件	0件	0件
	海外事務所独自事業	0件	0件	1件	4件	0件	5件
	VJC事業	0件	0件	0件	0件	0件	0件
新聞・雑誌	メディア広報事業	83件	138件	32件	97件	1件	351件
	海外プロモーション事業	17件	6件	12件	48件	0件	83件
	海外事務所独自事業	240件	276件	15件	197件	2件	730件
	VJC事業	3件	28件	5件	7件	0件	43件
テレビ・ラジオ	メディア広報事業	16件	9件	5件	22件	0件	52件
	海外プロモーション事業	1件	1件	2件	3件	0件	7件
	海外事務所独自事業	22件	22件	0件	9件	0件	53件
	VJC事業	4件	0件	3件	0件	0件	7件
その他	メディア広報事業	21件	12件	7件	2件	2件	44件
	海外プロモーション事業	1件	1件	6件	2件	0件	10件
	海外事務所独自事業	12件	72件	7件	133件	0件	224件
	VJC事業	0件	2件	1件	3件	0件	6件
合計	メディア広報事業	120件	161件	47件	126件	3件	457件
	海外プロモーション事業	19件	8件	20件	53件	0件	100件
	海外事務所独自事業	274件	370件	23件	343件	2件	1012件
	VJC事業	7件	30件	9件	10件	0件	56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。

2006 年 1 月 30 日付・英国 ELLE 誌掲載

記者名：Ms. Pascale Dupuy

掲載地：東京（銀座、浅草、渋谷、原宿、新宿他）




《記事要約》 「日本は高くない」(TOKYO PAS CHER)


世界で一番高いと言われている東京は、よい場所さえ知っていれば手頃な都市のひとつである。東京の代表的な5つの地域別にお手頃でホットなスポットを紹介する。

- ・ 銀座(シック)-高級感あふれる銀座はお洒落なショッピングの中心。立ち並ぶ有名ブランドに隠れてすばらしい場所がある。
- ・ 浅草(伝統的)-東京の北に位置する伝統的な地区、浅草には江戸っ子魂が残っている。大きなビルではなく寺や屋台がある。小道に迷い込むのも楽しい。
- ・ 渋谷(流行最先端)-人気のある最先端地域、渋谷は巨大スクリーンや人ごみに象徴され、サイケデリックな雰囲気や変わった格好をした若者が特徴的である。
- ・ 原宿(ファッション)-原宿は、ファッションの町であり流行もここから生まれる。
- ・ 新宿(夜遊び)-巨大ビルと大通り、ネオンの洪水、ものすごい人ごみ、テンションの高いバー。新宿は東京の夜遊びの中心である。そこから地下鉄で5駅の下北沢は、ポヘミアン的なアートの町であり、とてもクールだ。

<上手な旅のヒント>

- ・ タクシーは高いので忘れよう。空港からは成田エクスプレスで中心まで1時間(2,740円)。
- ・ 東京の詳細な地図を手に入れよう。新宿駅裏の紀伊国屋書店で手に入れることができる。
- ・ 山の手線が中心部をつないでいる。一日券は730円で、ばらばらに買うより安くなる。
- ・ 飲み物はホットもアイスもどこでも自動販売機を利用して手に入れることができる。(約140円)
- ・ 日本のファーストフードを利用しよう。写真を見ながら券売機で食事を選び、チケットを渡す。
- ・ 東京の流行コンサルタント Loic Bizel のサイトをみよう。


Japan National Tourist Organization Contact: Marian Goldberg
www.jnto.go.jp/ & www.japantravelinfo.com mgoldberg@jntonyc.org, 212-757-5641 x16
 One Rockefeller Plaza, Suite 1250, New York, NY 10020




For Immediate Release: June 1, 2006

John Lennon Museum opens new public lounge

**Allows patrons to more comfortably appreciate John's art and music.
 Follows in Japan's long history of meditative appreciation of art and nature**

Saitama, Japan ... June 1, 2006 ... The John Lennon Museum unveiled its first public lounge today. The exhibition facility, dedicated to the former Beatle, by his widow Yoko Ono, opened on October 9, 2000 – on what would have been John's 60th birthday -- in Saitama, Japan, just 40 minutes/15 miles north of Tokyo. The 2200 square foot lounge provides casual and comfortable modern couches, desks and chairs, along with seven CD listening booths and three DVD watching booths. All the furniture has been created by the Taisei design- construction corporation, which also designed and constructed the building itself.



Now, after walking through the museum's nine intensive exhibition rooms or "zones," the John Lennon Theater, and the final "Message From John" room, visitors can relax and take in a more personal John Lennon experience, listening to his music, watching his performances, and thumbing through multi-lingual reference books, guides and magazines. The museum lounge can accommodate up to 40 guests at time, and is located in vacant space formerly occupied by the museum café. There is a large horizontal photograph on the wall in front of the sofas. The picture is a Lennon family photo taken during a summer vacation in the Japan Alps resort town of Karuzawa.

1 of 2

The creation of the lounge is in line with a continuous trend in Japanese museums. Notes, Mr. Hisataka Hiragauchi, President the Americas of the **Japan National Tourist Organization**, "Many Japanese museums have already installed lounges to allow patrons to more comfortably appreciate their art or music. Japan has a long, long history of meditative appreciation of not only the arts but of course nature -- like Japanese gardens, ikebana (flower arrangement) and tea ceremony. The Japanese are very keen on words like "healing," "relaxation," etc. In recent years, visiting a museum's lounge to relax and further explore the art has become a kind of 'healing experience' for the Japanese."

The John Lennon Museum brings Lennon's life and work into the 21st century, and introduces younger generations, who were born after his lifetime, to him and his music first-hand. Real Lennon artifacts -- including furniture he used (even a bathtub!), eyeglasses he wore, and instruments he played are on display.

A special exhibition for 2006: *The World John Lennon Saw – Imagine*, will open on July 22, and run through December 28 in the Fifth Floor Event Room. The exhibition will introduce the "birth of *Imagine*," the "influence of *Imagine*," on not John himself but other musicians, dignitaries and visionaries.

The **John Lennon Museum** is located within the Saitama Super Arena at: 8 Shin-Toshin, Chuo-ku, Saitama City

Hours: 11am – 6pm (entrance closes at 5:30pm), Wednesday through Monday (closed on Tuesday)

Admissions: ¥1,500 for adults, ¥1,000 for students, ¥500 for children

Website: http://www.taisei.co.jp/museum/index_e.html

The **Japan National Tourist Organization**, a key member of the Visit Japan Campaign, is a public-private partnership under the auspices of Japan's Ministry of Land, Infrastructure and Transport, with the mission to encourage international travel to Japan and support Japanese travel suppliers. For more information on travel to Japan visit: www.japantravelinfo.com.

参考資料 16 平成 17 年度のツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)の国籍別質問者数

<地域別の質問者数>

順位	地域	人数	構成比
1	西ヨーロッパ	11,045	41.9%
2	北米	6,366	24.2%
3	アジア	4,821	18.3%
4	オセアニア	2,639	10.0%
6	中南米	494	1.9%
5	東ヨーロッパ	481	1.8%
7	中近東	438	1.7%
8	アフリカ	52	0.2%
	国籍不明	0	0.0%
	合計	26,336	100.0%

<国籍別の質問者数>

順位	国名	人数	構成比
1	米国	4,934	18.7%
2	英国	3,124	11.9%
3	日本	2,727	10.4%
4	オーストラリア	2,402	9.1%
5	フランス	2,232	8.5%
6	ドイツ	1,822	6.9%
7	カナダ	1,432	5.4%
8	イタリア	667	2.5%
9	スイス	656	2.5%
10	スペイン	543	2.1%
11	韓国	475	1.8%
12	オランダ	463	1.8%
13	スウェーデン	406	1.5%
14	イスラエル	385	1.5%
15	シンガポール	359	1.4%
16	インド	288	1.1%
17	ベルギー	248	0.9%
18	香港	248	0.9%
19	ニュージーランド	234	0.9%
20	フィンランド	212	0.8%
21	メキシコ	202	0.8%
22	アイルランド	168	0.6%
23	オーストリア	164	0.6%
24	デンマーク	164	0.6%
25	ブラジル	160	0.6%
26	台湾	160	0.6%
27	タイ	158	0.6%
28	中国	154	0.6%
29	ポーランド	116	0.4%
30	チェコ	106	0.4%
31	マレーシア	96	0.4%
32	ノルウェー	85	0.3%
33	ロシア	78	0.3%
34	インドネシア	76	0.3%
35	ポルトガル	55	0.2%

順位	国名	人数	構成比
36	フィリピン	45	0.2%
37	南アフリカ	38	0.1%
38	ハンガリー	36	0.1%
39	アルゼンチン	33	0.1%
40	ルーマニア	33	0.1%
41	トルコ	32	0.1%
42	ペルー	27	0.1%
43	スロバキヤ	23	0.1%
44	ギリシャ	22	0.1%
45	スロベニア	22	0.1%
46	チリ	18	0.1%
47	イラン	15	0.1%
48	コロンビア	12	0.0%
49	ラトビア	11	0.042%
50	ベトナム	10	0.038%
51	クロアチア	9	0.034%
52	ボスニア	9	0.034%
53	ヴェネゼラ	8	0.030%
54	マケドニア	8	0.030%
55	ボリビア	7	0.027%
56	ハンガリー	7	0.027%
57	ウクライナ	7	0.027%
58	エジプト	6	0.023%
59	パキスタン	6	0.023%
60	ガテマラ	5	0.019%
61	エクアドル	5	0.019%
62	ウルグアイ	5	0.019%
63	アイスランド	5	0.019%
64	ネパール	5	0.019%
65	リトアニア	5	0.019%
66	エストニア	5	0.019%
67	コスタリカ	4	0.015%
68	マルタ	4	0.015%
69	ドミニカ	3	0.011%
70	レバノン	3	0.011%

順位	国名	人数	構成比
71	スリランカ	3	0.011%
72	ブルガリア	3	0.011%
73	ベラルーシ	3	0.011%
74	リヒテンシュタイン	2	0.008%
75	キプロス	2	0.008%
76	シリア	2	0.008%
77	モロッコ	2	0.008%
78	ザンビア	2	0.008%
79	ミャンマー	2	0.008%
80	ブルネイ	2	0.008%
81	旧ユーゴ	2	0.008%
82	カザフスタン	2	0.008%
83	プエルトリコ	1	0.004%
84	カリブ	1	0.004%
85	バハマ	1	0.004%
86	アンティグア・バーブーダ	1	0.004%
87	スリナム	1	0.004%
88	マン島	1	0.004%
89	イラク	1	0.004%
90	タンザニア	1	0.004%
91	ケニヤ	1	0.004%
92	ギニア	1	0.004%
93	モーリシャス	1	0.004%
94	モルジブ	1	0.004%
95	バヌアツ	1	0.004%
96	グルジア	1	0.004%
97	モルドバ	1	0.004%
98	ウズベキスタン	1	0.004%
99	ニューカレドニア	1	0.004%

※質問をした来訪者だけで集計しているため、「質問者数」は「来訪者数」と一致しない。

参考資料 17 「i」案内所制度



(大宮駅観光案内所)



(松島海岸駅前案内所)

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

JNTOでは、これらの案内所間のネットワーク(「i」システム)を確立し、そのネットワーク内で印刷物やEメール、研修会等を通しての情報交換・共有化を進め、外国人観光客が一人歩きできる環境を全国レベルで整備しております。

全国の「i」案内所の所在地等は、海外 13 箇所にあるJNTOの観光宣伝事務所等で配布している英文の印刷物や世界中からアクセスのあるウェブ上にリスト化して掲載され、全世界でその情報を入手することができますので、訪日旅行を計画中の外国人客が訪問地を決定する上でも「i」案内所の存在は大きいと言えます。

「i」案内所は、地方自治体などの公的団体や鉄道会社等、官民を問わずさまざまな組織が運営を行っており、平成 18 年 3 月末現在、全国に 131 箇所あります。

また、JNTOは、外国人旅行者が最も集中する東京において、ツーリストインフォメーションセンター(TIC)を運営し、「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。同時に、TIC 内には「i」サポートセンターを設置し、全国の「i」案内所への全面的なバックアップ体制をとっています。

各地の「i」案内所には誘導標識としては、「?」で表した共通のマークを使用し、外国人客がすぐに認識できるようにしてあります。



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、公正中立の性格を維持すること。

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

以 上

参考資料 19 全国「i」案内所リスト

2006.3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)	カッコーの窓口
2				札幌 国際プラザi(アイ)
3				札幌国際プラザ ビジターズ・インフォメーションコーナー
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(外国語インフォメーション)
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			角館市(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	5	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)	会津若松駅前観光案内所
33			鶴ヶ城観光案内所	
34			郡山市(1)	郡山市観光案内所
35	茨城県	2	土浦市(1)	土浦市観光案内所
36			つくば市(1)	つくば市観光案内所
37	栃木県	3	宇都宮市(1)	宇都宮市観光案内所
38			日光市(2)	日光郷土センター
39	東武日光駅構内観光案内所			
40	群馬県	1	前橋市(1)	群馬県高崎観光案内所
41	埼玉県	5	川越市(1)	川越市川越駅観光案内所
42			さいたま市(4)	浦和観光案内所
43				北浦和観光案内所
44				さいたま新都心観光案内所
45				大宮駅観光案内所
46	千葉県	6	成田市(2)	成田市観光案内所
47				成田観光館
48			千葉市(3)	千葉市観光情報センター
49				千葉市幕張観光情報センター
50				幕張メッセインフォメーションセンター
51			柏市(1)	かしわインフォメーションセンター
52	東京都	2	台東区(1)	浅草駅外国人旅行センター
53			新宿区(1)	小田急外国人旅行センター
54	神奈川県	7	横浜市(5)	神奈川県観光協会観光案内所
55				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
56				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
57				横浜観光コンベンション・ビューロー-横浜駅観光案内所
58				横浜観光コンベンション・ビューロー-桜木町観光案内所
59			鎌倉市(1)	鎌倉市観光総合案内所
60			箱根町(1)	箱根町湯本観光案内所

61	新潟県	1	新潟市(1)	新潟駅万代口 観光案内センター
62	富山県	1	富山市(1)	富山市観光案内所
63	石川県	1	金沢市(1)	石川県金沢観光情報センター
64	福井県	1	福井市(1)	福井市観光案内所
65	山梨県	3	富士河口湖町(2)	富士河口湖総合観光案内所
66			富士吉田市(1)	山梨県立富士ビジターセンター
67				富士吉田市観光案内所
68	長野県	2	松本市(1)	松本市観光案内所
69			長野市(1)	長野市観光情報センター
70	岐阜県	2	高山市(1)	飛騨観光案内所
71			下呂市(1)	下呂市総合観光案内所
72	静岡県	4	熱海市(1)	熱海市観光協会
73			伊東市(1)	伊東観光協会案内所
74			静岡市(1)	静岡市静岡駅観光案内所
75			浜松市(1)	浜松市観光インフォメーションセンター
76	愛知県	6	名古屋(5)	名古屋国際センター情報カウンター
77				名古屋市名古屋駅観光案内所
78				オアシス21センター
79				名古屋市金山観光案内所
80				名古屋港総合案内所(ガーデン緑園総合案内所)
81			常滑市(1)	中部国際空港観光案内実施協議会観光案内所
82	三重県	2	伊勢市(2)	伊勢市観光案内所(宇治山田駅構内)
83				伊勢市観光案内所(外宮前)
84	滋賀県	2	大津市(1)	大津市観光案内所
85			彦根市(1)	彦根市観光案内所
86	京都府	1	京都市(1)	京都ツーリストインフォメーション
87	大阪府	4	大阪市(4)	大阪市ビクターズインフォメーションセンター・梅田
88				大阪市ビクターズインフォメーションセンター・新大阪
89				大阪府国際観光情報センター
90				日本観光情報センター
91	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)
92				新神戸駅観光案内所
93				有馬温泉観光総合案内所
94			姫路市(1)	姫路駅観光案内所
95			宝塚市(1)	宝塚市観光案内所
96			淡路町(1)	淡路サービスエリア(下り)観光案内所
97	奈良県	4	奈良市(4)	近鉄奈良駅総合案内所
98				奈良市観光センター
99				奈良市猿沢観光案内所
100				奈良県観光インフォメーションセンター
101	和歌山県	1	白浜町(1)	紀伊半島観光情報ステーション
102	島根県	1	松江市(1)	松江国際観光案内所
103	岡山県	4	岡山市(2)	岡山市観光案内所
104				岡山県国際交流センター 情報相談コーナー
105			倉敷市(2)	倉敷駅前観光案内所
106				倉敷館観光案内所
107	広島県	4	宮島町(1)	宮島観光案内所
108			福山市(1)	福山地方観光案内所
109			広島市(1)	広島市観光案内所
110			尾道市(1)	新尾道駅観光案内所
111	山口県	1	山口市(1)	新山口駅観光案内所
112	徳島県	1	徳島市(1)	(財)徳島県国際交流協会(TOPIA)
113	香川県	1	高松市(1)	高松市インフォメーションプラザ
114	愛媛県	2	松山市(2)	愛媛県国際交流センター
115				松山駅観光案内所
116	高知県	1	高知市(1)	高知県「i」案内所
117	福岡県	3	福岡市(3)	福岡国際交流協会レインボープラザ
118				福岡市観光案内所
119				福岡県観光情報センター
120	佐賀県	3	武雄市(1)	武雄市観光案内所
121			嬉野市(1)	嬉野温泉観光案内所
122			有田町(1)	有田観光案内所

123	長崎県	2	長崎市(2)	長崎市総合観光案内所
124				長崎県観光情報センター
125	熊本県	2	熊本市(1)	熊本駅総合観光案内所
126				熊本空港総合案内所
127	大分県	1	別府市(1)	別府外国人観光客案内所
128	宮崎県	1	宮崎市(1)	宮崎市観光案内所
129	鹿児島県	2	鹿児島市(2)	鹿児島中央駅総合観光案内所
130				鹿児島県外国人観光案内所
131	沖縄県	1	那覇市(1)	那覇空港観光案内所(国内線)

1. 「基本サービス」(年会費1万円/税別)

「i」案内所の運営主体ないし上部団体が当機構の賛助団体・会員、もしくは「i」案内所の運営主体が当機構のコンベンション協賛団体になっている場合、年会費1万円は免除となります。

I. 研修会の開催

- ・ 「i」システム研修会(全国)への参加……………年1回
- ・ 地域別研修会(各地・ブロック毎等/実費別途)の開催支援……………随時

II. JNTO 作成資料の提供

- ・ 全国「i」案内所基本情報、「i」案内所リスト、SGG 活動内容ガイドブック……………年1回
- ・ 情報誌「i」プレティン……………年2回
- ・ プラクティカルガイド、会話筆談集等……………「i」案内所指定時
- ・ 「i」案内所向け外客対応マニュアル(外国人への案内に必要な基本情報等を掲載)……………本年度作成予定
- ・ 案内表示マニュアル(標識・サイン表示整備用マニュアル)……………同上

III. 各種情報の提供(EメールもしくはFAX)……………随時

- ・ TIC 作成情報の提供
(TIC が情報提供用に作成している各種観光案内情報・最新案内事例・クレーム事例等)
- ・ 全国各地の「i」案内所より寄せられた最新観光情報の提供
(最新の桜情報・紅葉情報・四季の祭り情報・スキー場積雪情報等)
- ・ 「i」案内所通信の配信
(最新「i」案内所情報・研修会情報・JNTO のお知らせ等)

IV. 紹介業務に係るサービスの提供……………随時

- ・ 各地域の SGG の紹介
(「i」案内所からのご要請により各地域の SGG をご紹介)
- ・ 各地の「i」案内所と全 13 ヶ所の JNTO 海外宣伝事務所との橋渡し
(「i」案内所から寄せられた有益な情報を JNTO の全 13 ヶ所の海外宣伝事務所にご紹介)

V. その他サービスの提供……………随時

- ・ JNTO 作成観光宣伝印刷物の無償提供(ご依頼があった場合は見本のみご提供)
- ・ JNTO 賛助団体発行 PR 印刷物の無償提供(ご依頼があった場合は賛助団体をご紹介)
- ・ 「i」案内所サポート・メール・サービスの提供
(「i」案内所からメールで寄せられた外客への案内業務に関する質問に対応)

2. 「追加サービス」(料金のご利用実績によりご請求)

「基本サービス」をお申し込みいただいた「i」案内所が対象となります。サービス内容は、以下の2種類です。

I. 韓国語・中国語(北京語)・英語の電話通訳サポート

料金は1件につき500円(税別)で設定させていただきました。

II. 韓国語・中国語の簡易翻訳サービス

「i」案内所で使用する簡単な観光情報・標識・案内板等の翻訳。

(原稿の内容及び枚数等につきましては、事前にご相談ください。)

※料金はご依頼いただいた原文1枚(400字)につき2,000円(税別)を基本料金(最低料金)とし、1枚を超える場合は、200字につき1,000円単位で加算し、ご請求させていただきます。

参考資料 21 平成 17 年度 JNTO 職員講演実績

	開催日	主催者	講演会名	派遣講師	講演内容
1	2005年5月10日	国土交通省	第439回海外運輸事情調査連絡会	田中 一郎 (事業開発部)	訪日外国人旅行者の国内訪問地と訪日動機について
2	2005年5月24日	岡山県国際観光テーマ地区	韓国からの観光客受入セミナー	加藤 英一 (事業開発部長)	韓国訪日市場の特徴、韓国人旅行者の受入について
3	2005年7月6、7日	株式会社北海道じゃらん	台湾人観光客に関するセミナー	小沼 英悟 (事業開発部)	台湾訪日市場の特徴、台湾人旅行者の受入について
4	2005年7月13日	松江・出雲国際観光テーマ地区推進協議会	松江・出雲国際観光テーマ地区推進協議会平成17年度理事会・総会	田中 一郎 (事業開発部)	主要訪日旅行市場の動向と効果的な宣伝ツールの作成・利用
5	2005年8月5日	Center for Asia Pacific Aviation	ローコスト・エアライン・シンポジウム	森 俊雅 (事業企画担当部長)	日本の国際観光の現状
6	2005年8月7日	「YOKOSO! JAPAN東北・夏」実行委員会	「YOKOSO! JAPAN東北・夏」講演会	佐藤 仁 (管理部)	香港訪日市場の特徴、香港人旅行者の受入について
7	2005年9月2日	リクルート株	社内向けインバウンド勉強会	水野 志穂 (海外市場開拓部)	中国訪日市場の特徴について
8	2005年9月2日	リクルート株	社内向けインバウンド勉強会	小沼 英悟 (管理部)	台湾訪日市場の特徴について
9	2005年9月14日	日本ホテル株	日本ホテル株社員研修会	田中 一郎 (事業開発部)	国際観光の現状と外国人客の受入れについて
10	2005年9月16日	岐阜県旅館ホテル衛生同業組合青年部	インバウンド事業勉強会	大野 金幸 (事業開発部)	訪日旅行市場の動向について
11	2005年10月4日	株JTB中国	中国インバウンド受け入れ講習会	佐藤 仁 (管理部)	中国広東省の訪日市場の特徴、広東省からの旅行者の受入について
12	2005年10月26日	国際観光旅館連盟 東北支部	インバウンドセミナー	若林 香名 (海外市場開拓部)	韓国訪日市場の特徴、韓国人旅行者の受入について
13	2005年10月26日	国際観光旅館連盟 東北支部	インバウンドセミナー	小沼 英悟 (管理部)	台湾訪日市場の特徴、台湾人旅行者の受入について
14	2005年10月27日	アジア太平洋交流センター	国際観光促進セミナー	加藤 英一 (事業開発部長)	東北地方への外国人旅行者の誘致策について
15	2005年11月15日	中部国際空港利用促進協議会	全国空港・観光フォーラム	森 俊雅 (事業企画担当部長)	ヒット・シヤン・キャンペーンにおけるJNTOの役割、外客誘致の成
16	2005年11月21日	京都外語大学	京都文化研究演習	田中 一郎 (事業開発部)	日本の国際観光について
17	2005年11月21日	鳥取県	外国人旅行者受入研修会	金 慈郷 (ソウル観光宣伝事務所)	韓国訪日市場の特徴、韓国人旅行者の受入について
18	2005年11月23日	大分市観光協会	韓国観光ミッション韓国観光動向セミナー	谷 博子 (ソウル観光宣伝事務所)	韓国訪日市場の特徴、韓国人旅行者の受入について
19	2005年11月25日	韓国コンベンションフォーラム	韓国コンベンション交流共同シンポジウム	安田 彰 (理事)	日本のコンベンション産業の現状と展望について
20	2005年12月6日	全国市町村国際文化研修所	平成17年度戦略的政策方研修「観光立国日本～外国人観光客誘致による地域活性化～」	大野 金幸 (事業開発部)	JNTO事業紹介、訪日プロモーションの手法について
21	2005年12月15日	国際観光旅館連盟 東北支部	インバウンドセミナー	若林 香名 (海外市場開拓部)	韓国訪日市場の特徴、韓国人旅行者の受入について
22	2005年12月15日	国際観光旅館連盟 東北支部	インバウンドセミナー	小沼 英悟 (管理部)	台湾訪日市場の特徴、台湾人旅行者の受入について
23	2005年12月16日	清水平成政経塾	12月定例会	塚本 恭丈 (コンベンション誘致部長)	国際観光振興を通じた地域振興について
24	2005年12月17日	金沢コンベンションビューロー	観光コンベンション塾	塚本 恭丈 (コンベンション誘致部長)	国際コンベンション誘致を通じた地域振興について
25	2006年1月12日	JAPAN NOW観光情報協会	観光立国セミナー	新井 俊一 (理事)	日本の国際観光について
26	2006年1月18日	国際観光旅館連盟 東北支部	インバウンドセミナー	水野 志穂 (海外市場開拓部)	中国訪日市場の特徴、中国人旅行者の受入について
27	2006年1月18日	国際観光旅館連盟 東北支部	インバウンドセミナー	佐藤 仁 (海外市場開拓部)	香港訪日市場の特徴、香港人旅行者の受入について
28	2006年1月31日	アジア太平洋交流センター	日本・オマーン観光開発振興フォーラム	新井 俊一 (理事)	日本とオマーンの観光交流について
29	2006年2月10日	国際観光テーマ地区等推進協議会	外客誘致・受入研修会	井久保 敏信 (北京観光宣伝事務所長)	中国訪日市場の特徴、中国人旅行者の受入について
30	2006年2月21日	飛騨高山東京事務所	高山市ホスピタリティ研修会	大野 金幸 (事業開発部)	高山市への外国人旅行者の誘致・受入について
31	2006年2月23日	静岡経済同友会	広域・都市シンポジウム	安田 彰 (理事)	地域活性化と広域都市づくりシンポジウムでのパネリスト
32	2006年3月27日	静岡県	静岡県東部地域コンベンションビューローの設置に向けて	塚本 恭丈 (コンベンション誘致部長)	国際コンベンション誘致取り組みによる地域活性化の成功事例
33	2006年3月27日	群馬県・群馬県温泉旅館協同組合	外国人観光客誘客に向けた施設・体制整備研修会	小沼 英悟 (管理部)	台湾訪日市場の特徴、台湾人旅行者の受入について
34	2006年3月28日	国土交通省	「北海道における国際観光の今後の方向性」	加藤 英一 (事業開発部長)	北海道への外国人旅行者の誘致策について

	開催日	主催者	講演会名	派遣講師	講演内容
35	2006年1月27日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会 (松山市)	鈴木 克明 (海外市場開拓部)	アジアの観光市場動向とニーズ
36	2006年2月1日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会 (阿寒町)	仁司 彩子 (コンベンション誘致部)	香港訪日市場の特徴、香港人旅行者の受け入れについて
37	2006年2月3日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会 (徳島市)	田中 一郎 (事業開発部)	外国人旅行者の誘致を成功させるための手法
38	2006年2月3日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会 (徳島市)	伊東 和宏 (国内サービス部)	観光活性化標識ガイドラインの概要
39	2006年2月6日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会 (東京都台東区)	伊東 和宏 (国内サービス部)	「外国人旅行者を迎えるために」 (ハネルディスカッションのコーディネート)
40	2006年2月7日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会 (名古屋市)	小沼 英悟 (管理部)	台湾訪日市場の特徴、台湾人旅行者の受入について
41	2006年2月8日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会 (石垣市)	上村 仁 (事業開発部)	台湾訪日市場の特徴、台湾人旅行者の受入について
42	2006年2月9日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会 (宜野湾市)	丸山 智恵弥 (香港観光宣伝事務所)	中国訪日市場の特徴、中国人旅行者の受入について
43	2006年2月14日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会 (松本市)	田中 一郎 (事業開発部)	韓国・台湾訪日市場の特徴、韓国人・台湾人旅行者の受入について
44	2006年2月15日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会 (山形市)	小沼 英悟 (管理部)	台湾訪日市場の特徴、台湾人旅行者の受入について
45	2006年2月16日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会 (岩国市)	鈴木 克明 (海外市場開拓部)	アジア市場からの訪日外国人旅行者の特徴とニーズ
46	2006年2月16日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会 (岩国市)	大野 金幸 (事業開発部)	外国人への効果的な観光情報発信の方法
47	2006年2月20日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会 (秋田市)	上村 仁 (事業開発部)	台湾訪日市場の特徴、台湾人旅行者の受入について
48	2006年2月21日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会 (鹿児島市)	熊野 伸彦 (ソウル観光宣伝事務所)	韓国訪日市場の特徴、韓国人旅行者の受入について
49	2006年2月22日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会 (鎌倉市)	田口 一成 (海外市場開拓部)	米国とアジアから旅行者の特徴とニーズの違い
50	2006年2月24日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会 (佐世保市)	佐藤 仁 (海外市場開拓部)	中国訪日市場の特徴、中国人旅行者の受入について
51	2006年3月6日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会 (京都市)	水野 志穂 (海外市場開拓部)	中国訪日市場の特徴、中国人旅行者の受入について
52	2006年3月17日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会 (福山市)	塚本 恭文 (コンベンション誘致部長)	日本の国際観光の現状
53	2006年3月23日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会 (金沢市)	李 ジュヒョン (ソウル観光宣伝事務所)	韓国訪日市場の特徴、韓国人旅行者の受入について
54	2006年3月23日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会 (金沢市)	小沼 英悟 (管理部)	台湾訪日市場の特徴、台湾人旅行者の受入について

参考資料 22 平成 17 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	人数	開催都市
1	国際比較生理生化学会議	2011	1200	京都
2	OMA会議	2006	500	大阪
3	CSIS会議	2005	40	東京
4	IEEE-ISTO MIPI Quarterly Meeting	2006	150	大阪
5	国際産業連関分析学会2006仙台大会	2006	200	仙台
6	アジア熱物性会議	2007	300	
7	人工知能とエキスパートシステムの産業と工業応用の国際会議	2007	150	京都
8	Wi-Fi Alliance	2006	200	大阪
9	物理教育国際会議	2006	250	東京
10	脳循環代謝国際シンポジウム	2007	1500	大阪
11	アンテナ伝播国際シンポジウム		500	
12	第8回東及び東南アジア土壌科学会連合会議	2007	300	つくば
13	Realm Business Solutions Meeting	2005	20	東京、大阪
14	国際建築家連合総会	2011	6000	東京
15	International Conference on Perception and Action -ICPA-	2007	200	横浜
16	第15回 ICCMO国際会議	2009	300	京都
17	微小電気機械システム国際会議	2007	700	神戸
18	国際隕石学会	2008	400	松江
19	世界微生物学協会連合世界大会	2011	4000	札幌
20	国際行動医学会議(仮称)	2008	500	東京
21	国際コーネ病学会	2007	300	つくば
22	Trauma Care The Annual Scientific Meeting of International Trauma Care Drug Discovery and Development Japan	2008	500	横浜
23	Drug Discovery Technology North Asia	2006	400	東京
24	国際ダイオキシン会議	2007	1000	横浜
25	国際ガスタービン会議	2007	600	つくば
26	IUPAC化学熱力学国際会議	2010	700	関東地方
27	ICP学術大会	2007	400	福岡
28	ショットピーニング国際会議	2008	150	東京
29	CIGRE Symposium on Power Electronics in Electric Power Systems	2007	600	大阪
30	国際生物無機化学会議	2009	800	名古屋
31	国際生気象学会大会	2008	300	東京
32	International Symposium on Plasma Chemistry -ISPC-	2007	500	京都
33	Meeting of the International Society of Oxygen Transport to Tissue	2008	300	札幌
34	ホウ素、ホウ化物および関連物質国際会議	2008	100	
35	国際オゾン協会 オゾン国際会議	2009	350	
36	国際アフェレンス会議	2007	700	横浜
37	環境経済学世界大会	2006	1200	京都
38	Asian Conference on Vision	2006	250	松江
39	International Mouse Genome Conference -IMGC	2007	400	京都
40	世界トライボロジー会議	2009	700	京都
41	International Stirling Engine Conference	2007	200	東京・横浜
42	アジア・パシフィック オートキャンプ大会・及び 全日本オートキャンプ大会	2006	300	静岡 竜洋町
43	イオンビームによる表面改質(仮称)	2009	300	未定
44	アジア義豚獣医学会	2009	500	つくば
45	国際心理物理学学会	2007	100	東京
46	Annual Meeting of the International Society for Oncodevelopmental Biology and Medicine -ISOBM	2008	500	
47	世界乳幼児精神保健会議	2008	1500	横浜
48	International Congress on Human Genetics	2016	2000	
49	国際舗装会議	2008	400	
50	International Symposium on Hydraulic Machinery and Systems -IAHR-	2006	250	横浜
51	International Conference on X-ray Optics and Microanalysis	2007	200	京都
52	国際脊柱変形学会	2010	150	
53	アジア太平洋船舶海洋構造会議	2007	150	横浜
54	International Peace Summit in Hiroshima fall of 2006	2006	1000	広島
55	細胞性粘菌国際会議	2008	250	
56	国際神経情報処理会議	2007	500	北九州
57	IEEE International Conference on Robotics and Automation (ICRA)	2009	1000	
58	東アジア資源リサイクリングシンポジウム	2007	300	仙台
59	国際関節鏡検査、膝外科学及び整形外科スポーツ医学会(仮称)	2009	1450	大阪
60	国際脊椎側弯症研究会会議(仮称)	2010	1000	京都

※JNTO 事業のみの実績。

インセンティブツアー名	国	催行年	参加者人数	訪問都市
1 教保生命 優秀従業員インセンティブツアー (社)韓国コンベンション・イベント産業振興協会「日本コンベンション視察及びツアー」	韓国	2005年	40	東京、箱根
2 韓国電力公社 優秀従業員海外視察及びインセンティブツアー	韓国	2005年	200	名古屋、京都、大阪
3 ソウル市中区庁 優秀職員海外研修及びインセンティブツアー	韓国	2005年	100	名古屋、箱根、東京
4 Pacific Century Insurance インセンティブツアー	香港	2005年	170	大阪
5 Sera Lee Malaysia Sdn Bhd(マレーシア)	タイ	2005年	200	東京、河口湖、塩原、日光、TDL
6 LG流通 優秀従業員海外視察及びインセンティブツアー	韓国	2005年	120	東京、箱根
7 韓国教員総連合会 優秀教員海外研修及びインセンティブツアー 文化観光部 観光政策研究員主管 優秀公務員観光開発アカデミー 海外コンベンション視察・研修ツアー	韓国	2005年	100	福岡、長崎
8 韓国Amwayリーダセミナーダイヤモンドインベティショナル-DI-	韓国	2005年	500	札幌
9 KTF優秀顧客インセンティブツアー	韓国	2005年	50	福岡、神戸、大阪
10 韓国 国際教育振興院 参加教師インセンティブツアー	韓国	2005年	50	大阪
11 建設会社(名称非公開)	中国	2005年	38	大阪、奈良、神戸、京都、名古屋、箱根、横浜
12 韓国産業技術財団 国際研修事業(世邦旅行)	韓国	2005年	20	仙台、東京、福井、北九州、別府、福岡
13 韓国生産性本部 先進都市観光基盤産業研修ツアー(世邦旅行)	韓国	2005年	303	北九州、福岡、長崎
14 E-Mart 流通幹部先進流通システム視察ツアー(世中)	韓国	2005年	30	東京、箱根
15 統一教財団 財団幹部海外研修&セミナー(世一旅行社)	韓国	2005年	400	福岡
16 タバコ会社 国民健康保険公団 従業員海外インセンティブツアー(Sharp Travel)	中国	2005年	30	名古屋、箱根、横浜、東京
17 金湖生命保険 従業員海外インセンティブツアー(Tour Collection)	韓国	2005年	40	東京、箱根
18 韓国軍謡音楽協会芸術団 楽団交流行事(世邦旅行)	韓国	2005年	50	福岡、別府、佐世保
19 朝鮮.COM 全国優秀教師海外研修ツアー(ロッテ観光)	韓国	2005年	80	金沢
20 韓国青少年発明英才団 海外研修ツアー(世邦旅行)	韓国	2005年	400	福岡、別府、大阪、京都、奈良
21 ING生命保険 ING Cup大会(Sharp Travel)	韓国	2006年	90	大阪、奈良、京都、名古屋
22 チューリッヒ生命インセンティブツアー カトリック医科大学同窓「同窓会海外インセンティブツアー」(世洋旅行社)	韓国	2006年	700	宮崎
23 現代フードシステム 優秀従業員インセンティブツアー(現代Dream Tour)	韓国	2006年	140	大阪、京都、神戸
24 NEC	韓国	2005年	40	長崎
25 建國大学 教授・大学生日本建築見学ツアー	中国	2005年	19	東京、札幌
26 外換銀行 優秀加盟先インセンティブツアー	韓国	2005年	80	東京
27 大韓生命 インセンティブ	韓国	2005年	30	札幌、洞爺湖
28 大韓建設協会日本視察&ツアー	韓国	2005年	60	大阪、東京
29 朝興銀行 優秀法人インセンティブツアー	韓国	2005年	82	名古屋、神戸、京都
30 CITY Group グループ幹部インセンティブツアー	韓国	2005年	60	福岡
31 SK Telecom代理店社長団インセンティブツアー	韓国	2005年	40	福岡
32 SK Telecom代理店社員団インセンティブツアー	韓国	2005年	100	沖縄
33 延世大学行政大学院同窓会海外インセンティブツアー	韓国	2005年	40	金沢、富山
34 保険会社(名称非公開)	中国	2005年	37	大阪、神戸、名古屋、箱根、東京
35 Jbhns&Jbhns従業員インセンティブツアー	韓国	2006年	180	札幌
36 興国生命保険従業員インセンティブツアー	韓国	2006年	70	別府、熊本
37 GS25従業員視察&インセンティブツアー	韓国	2006年	120	東京、箱根
38 ハナ証券従業員視察&インセンティブツアー	韓国	2005年	40	東京
39 韓独薬品 従業員インセンティブツアー	韓国	2006年	450	福岡、別府、熊本
40 松下 現代フードシステム 優秀従業員インセンティブツアー(現代Dream Tour)	中国	2005年	14	大阪、東京
41 韓国化粧品 従業員インセンティブツアー(旅行博士)	韓国	2005年	100	東京、箱根、福岡、別府
42 DAP Co. 従業員インセンティブツアー(ロッテ観光)	韓国	2005年	80	福岡、別府
43 熊津OOM 営業最高マネージャーインセンティブツアー(世邦旅行)	韓国	2005年	100	大阪、神戸
44 韓国ユネスコ協会 協会会員視察&インセンティブツアー(ロッテ観光)	韓国	2006年	50	札幌
45 現代百貨店 優秀従業員インセンティブツアー(現代Dream Tour)	韓国	2006年	100	大阪、東京
46 プルデンシャル生命保険(ベトナム)	韓国	2006年	40	大阪、福岡
47 ウリ銀行企業営業本部職員インセンティブツアー(ロッテ観光)	タイ	2006年	140	東京
48 企業銀行従業員インセンティブツアー(BCカード旅行事業部)	韓国	2006年	60	鹿児島
49 新世界百貨店従業員インセンティブツアー(ロッテ観光)	韓国	2006年	60	宮崎
50 韓国発明英才団優秀会員インセンティブツアー(世邦旅行)	韓国	2006年	60	東京、箱根
51 METLIFE生命保険 President Council -MPC- カトリック医科大学同窓「同窓会海外インセンティブツアー」(世洋旅行社)	韓国	2006年	90	金沢、名古屋
52 延世大学行政大学院同窓会海外インセンティブツアー	韓国	2007年	3000	札幌
53 韓独薬品 従業員インセンティブツアー	韓国	2006年	60	札幌
54 教育共済会 優秀会員海外研修&インセンティブ	韓国	2006年	100	東京、箱根
55 シボレ・インセンティブツアー	韓国	2006年	65	大阪、京都、奈良
56 上海泰鈞広告有限公司	韓国	2006年	80	東京、大阪
57 科裕国際貿易上海有限公司	タイ	2006年	136	東京、河口湖、富士山、京都、奈良、大阪
58 Swarovski東京インセンティブ	中国	2006年	18	大阪、京都、箱根、横浜、東京
59 New York Life 香港の大阪インセンティブ	中国	2006年	22	大阪、京都、箱根、東京
60 マレーシア投資信託会社SBBインセンティブ(大阪・東京)	香港	2006年	不明	
61 TOYO TIRE CANADA インセンティブ	香港	2007年	不明	
62 MetLife生命保険 BCカード加盟法人従業員対象インセンティブツアー	タイ	2006年	不明	
63 現代Mobis従業員海外視察&インセンティブツアー(現代ドリームツ)	カナダ	2006年	6	
64 農協組合員海外視察&インセンティブツアー(農協交流センター)	韓国	2006年	700	宮崎
65 SK(株)「ガソリンスタンド社長団」(ジャパンツアー)	韓国	2006年	150	名古屋
66 ソニーエリクソン(東南アジア諸国)	韓国	2006年	150	札幌
67 東洋タイインセンティブツアー	韓国	2006年	30	大阪、京都
68 合計	タイ	2006年	150	東京、奈良、大阪
	オーストラリア	2006年	31	
			11,126	

※JNTO 事業のみの実績。

参考資料 23 コンベンション誘致事業のグループ化と協賛金

	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)		

- ・ 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。

合計	協賛金
都市A	5,000
都市B	3,000
都市C	2,400

全ての事業に参加の場合

参考資料 24 平成 17 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	金沢市
横浜市	富山市
名古屋市	奈良市
大阪市	高松市
京都市	松山市
神戸市	長崎市
広島市	熊本市
北九州市	宮崎市
福岡市	鹿児島市
土浦・つくば	沖縄地区
新潟市	山形市
長野市	成田市
松本市	高山市
秋田市	福井市
木更津市	松江市
岐阜市	岡山市
	別府市
	前橋市
	伊勢志摩地区

合計 39都市・地区

参考資料 25 アドバイザリー・コミッティ、特別顧問会議のメンバー

アドバイザリー・コミッティ		特別顧問会議	
佐和 隆光	座長 京都大学経済研究所所 長、国立情報学研究所副 所長	奥田 碩	座長 (社)日本経済団体連合会 会長
縣 忠明	産経新聞論説委員	木村 尚三郎	副座長 東京大学名誉教授
阿比留 雄	前(社)経済団体連合会国 土・住宅政策委員会地方 振興部会長	大塚 陸毅	東日本旅客鉄道(株) 代表取締役社長
遠藤 健	朝日新聞社論説委員	小倉 和夫	独立行政法人 国際交流基金理事長
高畑 昭男	毎日新聞社論説委員	小谷 昌	(社)日本民営鉄道協会会長
滝川 進	共同通信社論説委員	佐藤 義正	(社)国際観光旅館連盟会長
寺田 輝介	(財)フォーリン・プレスセン ター理事長	新町 光示	(社)日本旅行業協会会長
堀 莊一	時事通信社論説委員	寺嶋 潔	(財)運輸政策研究機構会長
松田 英三	読売新聞社論説委員	飛田 克夫	ジャパニーズ イン グループ会長
葉 千栄	東海大学教授、 ジャーナリスト、 キャスター	中村 徹	(社)日本観光協会会長
吉野 源太郎	日本経済新聞社論説委 員	中村 裕	(社)日本ホテル協会会長
李 容淑	(株)リンカイ取締役社長	船山 龍二	(社)日本ツーリズム産業団体 連合会会長
アンドリュー・マ ーク・リー	アイポニックス・ジャパン (株)代表取締役	向山 秀昭	帝京大学教授
アイシャ・レバイ ン	(株)電通職員 *前亀岡市国際交流員	山田 啓二	京都府知事
ベッティーナ・ラ ングナー・寺本	ラングナー寺本建築デザ イン研究所代表	山元 峯生	定期航空協会会長
セーラ・マリ・カミ ングス	(株)小布施堂、(株)榊一市村 酒造場取締役		

※肩書きは全て、開催当時のもの。

参考資料 26 CSI 調査概要

	第 1 回 CSI 調査	第 2 回 CSI 調査	
調査期間	2005 年 3 月 18 日～3 月 31 日	2006 年 5 月 29 日～6 月 16 日	
調査方法	郵送法	Web、電子メール	
発送数	635	1,055	
回収数	257	504	
有効回答率	40.5%	47.8%	
回答者内訳	公共 146、民間 111 ・賛助団体 102 ・会員 40 ・コンベンション協賛都市 54	公共 164、民間 209、その他 131 ・賛助団体 148 ・会員 52 ・コンベンション協賛都市 74	
CSI スコア	「あなたは JNTO に対してどのような評価をお持ちですか。」		
	第 1 回 (N=257)	第 2 回(全体) (N=504)	第 2 回※ (N=387)
大変評価している	13.6%	25.0%	22.0%
どちらかといえば 評価している	49.0%	51.2%	51.4%
上記 小計	62.6%	76.2%	73.4%
どちらともいえない	28.0%	15.3%	16.8%
どちらかといえば 評価していない	5.1%	3.2%	3.4%
全く評価していない	0.0%	0.2%	0.3%
わからない	3.1%	5.2%	6.2%
	(注)第2回※は、第 1 回では調査対象ではなかった海外の事業パートナー 及び善意通訳ガイドを除外して集計した数値		

1. 広告概要

JNTOは平成18年1月に、リーダーズ・ダイジェスト社(以下RD社)が発行した中国市場を対象とする小冊子に、(株)日本航空インターナショナル(以下JAL)と共同で、「YOKOSO! JAPAN WEEKS 2006」に関するPR広告を下記の通り掲載した。

併せて、その際に行われた小冊子折込みアンケート調査(RD社が独自に行うもの)に相乗りして、日本をはじめとする海外旅行への関心についても盛り込んでもらい、今後の中国市場分析の参考に資することができた。

- (1)掲載誌: 今後リーダーズ・ダイジェスト誌を中国で発売開始するに当たっての販売促進用小冊子
- (2)広告内容: 日本の冬の観光魅力広告と、JALの日中間路線図
- (3)実施時期: 平成18年1月(「YOKOSO! JAPAN WEEKS 2006」の1ヶ月前)
- (4)対象: 北京、上海、広州の比較的富裕層それぞれ約10万世帯、計30万世帯に対してダイレクトメールで発送。
(RD社が提携している中国広告企業保有の名簿を活用)

2. 調査結果

本調査はあくまで、このPR広告の機会にRD社の小冊子折込みアンケートに相乗りして、中国大都市の比較的富裕層において、自分が今後旅行したい外国はどこか、を質問したものである。

アンケート結果(有効回答数約1000、複数回答可)では、北京、上海、広州のそれぞれの地において、観光で訪問したい外国は次の通りとなっている。

	北京	上海	広州
日本	22.8%	52.9%	24.3%
米国	29.8%	48.5%	21.7%
カナダ	35.5%	46.8%	17.7%
欧州	29.2%	50.0%	20.8%
豪州	30.1%	49.3%	20.6%
韓国	32.8%	47.2%	20.0%
タイ	32.7%	40.7%	26.2%

* 上海の比較的富裕層は、全般的にいろいろな外国への旅行志向が高い。日本に対しては、上海での関心が他の外国に比べて相対的に高い結果となっている一方、北京での関心は相対的に低い結果として現れている。

参考資料 28 平成 17 年度報道発表案件一覧

平成 17 年 4 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 東京都内に初の「i」案内所が誕生 ～「浅草駅外国人旅行センター」が鉄道会社運営案内所で初の「i」案内所に～ 2. 訪日外客数・出国日本人数(2004 年確定値) 3. 訪日外客数・出国日本人数(2005 年 3 月推計値、1 月暫定値)
平成 17 年 5 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 訪日外客数・出国日本人数(2005 年 4 月推計値、2 月暫定値)
平成 17 年 6 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. JNTO、平成 17 年度通訳案内業(ガイド)試験の実施計画を発表 2. 下呂温泉に「i」案内所が誕生 3. JNTO、タイ国際旅行展示会に岐阜県・三重県と連携して出展 ～新規訪日ツアーの開発を目指す～ 4. 『JNTO 国際観光白書』2004/2005 年版を発行 ～観光立国に向け活発化する我が国の国際観光～ 5. 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～ 6. 訪日外客数・出国日本人数(2005 年 5 月推計値、3 月暫定値)
平成 17 年 7 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 川越市に「i」案内所が誕生 ～「川越市川越駅観光案内所」が埼玉県下で初の「i」案内所に～ 2. 平成 17 年度「国際観光テーマ地区等推進協議会総会」を新潟で開催 3. 「日韓観光交流大賞」制定計画について ～JNTO と KNTTO が共同で実施～ 4. 訪日外客数・出国日本人数(2005 年 6 月推計値、4 月暫定値)
平成 17 年 8 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. JNTO「日本の国際観光統計(2004 年版)」を発行 2. 郡山市に「i」案内所が誕生 3. 「2004 年韓国からの訪日修学旅行市場調査」結果まとまる 4. 平成 16 年度通訳案内業試験第一次試験(一般常識)の採点取り扱いについて 5. 訪日外客数・出国日本人数(2005 年 7 月推計値、5 月暫定値)
平成 17 年 9 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 「第 2 回 JNTO 特別顧問会議」を開催 2. 東京・新宿に「i」案内所が誕生 ～新宿の「小田急外国人旅行センター」が「i」案内所に～ 3. 訪日外客数・出国日本人数(2005 年 8 月推計値、6 月暫定値)
平成 17 年 10 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 大阪に新たな「i」案内所が誕生 ～西区のショッピングセンターの一角が「i」案内所に～ 2. 国際コンベンション統計(2004 年)まとまる 3. 訪日外客数・出国日本人数(2005 年 9 月推計値、7 月暫定値)
平成 17 年 11 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 日本観光紹介写真集「JAPAN－日本」が完成 2. 訪日外客数・出国日本人数(2005 年 10 月推計値、8 月暫定値) 3. 統計数値の修正のお知らせについて
平成 17 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. 世界有数の英字旅行ガイドブック「LonelyPlanet」社の TV 取材に協力 3. 訪日外客数・出国日本人数(2005 年 11 月推計値、9 月暫定値)

平成 18 年 1 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 伊勢神宮外宮前に新たな「i」案内所が誕生 2. 訪日外客数・出国日本人数(2005 年 12 月及び年計推計値、10 月暫定値) 3. 今春、JNTO シンガポール韓国宣伝事務所が開設 4. 平成 17 年度通訳案内業(ガイド)試験の合格発表
平成 18 年 2 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. SAKE(酒)を切り口とした新しい観光魅力を米国メディアが体験取材 2. 平成 17 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 3. 第3回インバウンド旅行振興フォーラム 4. さいたま市に4ヶ所の「i」案内所が誕生 5. 訪日外客数・出国日本人数(2006 年 1 月推計値、2005 年 11 月暫定値) 6. 国際会議の海外キーパーソン 18 名が日本を視察
平成 18 年 3 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 訪日外客数・出国日本人数(2006 年 2 月推計値)

参考資料 29 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

・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。

・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。

・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。

・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。

・MICE 検討会

国土交通省の呼びかけにより、平成 18 年 3 月に第 1 回検討会を開催した「国際会議、国際文化・スポーツイベント等を通じた観光交流拡大のための検討会」のこと。MICE とは「Meeting(会議・研修・セミナー)」、「Incentive/Inspection(招待・優待・視察)」、「Convention(大会・学会・国際会議)」、「Exhibition(展示会)」の頭文字をとった略語。

・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

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(当時)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こと出来る。