

独立行政法人国際観光振興機構 令和 5 年度計画

2023 年 3 月 31 日

独立行政法人国際観光振興機構

独立行政法人国際観光振興機構 令和5年度計画 目次

1. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する目標を達成するためとるべき措置
 - (1) 訪日マーケティング業務
 - (2) 国内支援業務(デスティネーションとしての魅力向上に向けた取組)
 - (3) 国際会議等の誘致・開催支援業務

2. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置
 - (1) 組織運営の効率化
 - (2) 業務運営の効率化
 - (3) 業務の電子化及びシステムの最適化

3. 予算(人件費の見積りを含む。)、収支計画及び資金計画
 - (1) 予算(人件費の見積りを含む。)、収支計画及び資金計画
 - (2) 財務運営の適正化
 - (3) 自己収入の確保

4. 短期借入金の限度額

5. 不要財産又は不要財産になることが見込まれる財産の処分に関する計画

6. 重要な財産を譲渡し、又は担保にする計画

7. 剰余金の使途

8. その他主務省令で定める業務運営に関する事項
 - (1) 内部統制の充実
 - (2) 情報セキュリティ対策の推進
 - (3) 活動成果等の発信
 - (4) 関係機関との連携強化
 - (5) 人事に関する計画
 - (6) 独立行政法人国際観光振興機構法(平成14年法律第181号)第11条第1項に規定する積立金の使途

別紙

独立行政法人国際観光振興機構(以下、「機構」という。)の第五期中期計画を実行するため、令和 5 年度における業務運営に関する計画を以下のとおり定める。

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

(1) 訪日マーケティング業務

「明日の日本を支える観光ビジョン」や観光立国推進基本計画等の政府方針やコロナによる旅行者側及び受入側の変化を踏まえ、旅行動向に関する各種公開統計及び機構が行う各種調査データ、海外事務所が収集する市場動向情報、デジタルマーケティング等を活用・分析した上で、戦略を策定し、訪日旅行の認知率・興味関心度・想起率・予約率向上を目指し、ウェブサイト・SNS 等を通じた情報発信、デジタル施策等ターゲットに応じた適切な媒体での広告、訪日旅行関連記事化促進を目的とした海外広報やメディア招請、訪日旅行商品造成や販売促進に資する旅行会社招請やセミナー・商談会、訪日旅行の予約促進のための航空会社・旅行会社との共同広告等の効果的な取組により訪日プロモーションの戦略的高度化を図る。

① 市場別プロモーションの展開

重点市場において、訪日経験率や人々の関心等の市場の特性を踏まえ、旅行消費単価や地方訪問意向が高いターゲット等を明確にした市場別訪日マーケティング戦略を策定し、きめ細かなプロモーションを展開することにより、早期のインバウンド回復、リピーターの獲得、新規訪日層の開拓、長期滞在化を図るための周遊型旅行促進、宿泊費やアクティビティ、ショッピング等に対する支出増による旅行消費額拡大や地方誘客の強化等を図る。

具体的には、ターゲットの興味関心・接触メディア等の特徴を踏まえ、一般消費者向けの取組として、市場別ウェブサイトや SNS アカウント等のオウンドメディア、デジタル広告等の媒体を通じたデジタルマーケティング、屋外広告やテレビ番組・CM 等を含むオフライン広告、旅行意欲の高い層に対する旅行見本市やイベント等を通じた多様な日本の魅力の発信により、訪日意欲の醸成を図る。また、航空関連の商談会等への参加等による航空会社への働きかけにより国際航空路線(特に地方空港)の早期回復・将来の拡大に取り組むほか、誘客につながる航空会社・旅行会社との共同広告等を実施する。さらに、訪日旅行情報の記事化につながるニュースレターの発出やメディア招請による国内外メディアとの関係の強化に取り組む。加えて、旅行会社を対象としたセミナーや商談会、招請等を通じ旅行商品造成・販売促進、旅行会社以外の関連業界を含めた連携強化等に取り組む。

定量的指標

- ・ 機構が実施するデジタル事業全体による延べリーチ数を 4 億 4,000 万リーチ以上とする。
- ・ 機構が実施するデジタル事業全体による延べエンゲージメント数を 3,240 万エンゲージメント以上とする。
- ・ 機構の SNS での地方*コンテンツ投稿数を 3,700 回以上とする。*地方=三大都市圏(東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫)以外
- ・ 機構から海外メディア(在京海外メディア含む)へのコンタクト回数を 138,500 回以上とする。
- ・ 機構が主催する商談会のバイヤー参加者評価について、4 段階評価で最上位の評価を得る割合を平均 50%以上とする。

- ・ 機構が主催するセミナーの参加者評価について、4段階評価で最上位の評価を得る割合を平均 50%以上とする。
- ・ 機構による航空会社・航空路線誘致関係者との商談・個別コンサルティング件数を90回以上とする。

②市場横断プロモーションの展開

消費額増大や地方への誘客に資する市場開拓を目指し、市場横断訪日マーケティング戦略を策定し市場横断プロモーションを展開する。

消費額拡大に資する高付加価値旅行推進に資するプロモーションについては、高付加価値旅行層向けのサービス内容の収集・蓄積、セミナー等を通じた旅行関係者や地方自治体・DMO 等国内関係者の恒常的なネットワーク化、国内関係者と共同での海外における商談会への参加等高付加価値旅行を取り扱う海外の旅行会社等へのセールスの強化、高付加価値旅行層向けメディアやデジタルを活用した高付加価値旅行層向けの情報発信の強化に取り組み、高付加価値旅行の国内関係者をつなぐ情報ハブ化を進める。

また、高付加価値旅行層のみならず訪日旅行消費額の引き上げや長期滞在、地方誘客が見込めるテーマ別の取組を進める。

具体的には、サステナブル・ツーリズムへの関心の高まりに対応し、サステナブル・ツーリズムに取り組む地域やサステナビリティを体現する観光コンテンツの海外向け情報発信を行う。また、アドベンチャートラベルワールドサミット 2023 の北海道開催を契機に、北海道をはじめとする地域の魅力を体験できるアドベンチャーツーリズムの魅力発信を行うほか、新たな旅行商品の造成を促進する。さらに、滞在期間が長く、旅行消費額も多い欧米豪市場を中心とする旅行者に、デジタルマーケティングを駆使して旅行先として魅力的な日本を認知・興味関心を高めるプロモーションを行う。

また、国内関係者と連携し、大阪・関西万博に向けたプロモーションに取り組む。

定量的指標

- ・ 機構が実施する消費額拡大に効果の大きい施策(高付加価値・テーマ別・大規模イベント事業)におけるデジタル広告による延べリーチ数を5,100万リーチ以上とする。
- ・ 機構が実施する消費額拡大に効果の大きい施策(高付加価値・テーマ別・大規模イベント事業)におけるデジタル広告による延べエンゲージメント数を224万エンゲージメント以上とする。
- ・ 高付加価値旅行に関する商談会における機構及び共同出展者の商談件数を1,500件以上とする。
- ・ 上記の高付加価値旅行に関する商談会の参加者による評価について、4段階評価で最上位の評価を得る割合を平均40%以上とする。

(2)国内支援業務(デスティネーションとしての魅力向上に向けた取組)

①地方への支援強化

機構の知見やノウハウ、海外事務所、本部と国内関係者との機能的ネットワークを最大限活用し、観光魅力の向上や地方によるプロモーションの高度化、持続可能な観光の推進に資する地方への支援を強化し、各地域のマーケティング力を高めることで、我が国のインバウンド推進の基盤強化を図る。

具体的には、広域連携DMOをはじめとするDMOや地方運輸局など各地域との連携強化、海外市場の最新

動向や求められるコンテンツを踏まえた地域へのコンサルティング・情報提供、地方の観光コンテンツの募集・収集・海外への発信等に取り組む。実施にあたっては、消費額増大や地方への誘客に資する市場開拓を目指し、「高付加価値」・「テーマ別」(サステナブル・ツーリズム、アドベンチャートラベル、欧米豪市場の訪日無関心層向けプロモーション等、取組の成果や市場動向等を踏まえ、重点的に取り組むテーマについて毎年度設定)に係る内容も考慮する。また、訪日客の受入環境の向上に向けて、受け皿となる観光地における地域交通や決済システムなどの現地のニーズや課題を把握して関係機関への情報提供による働きかけを通じて課題の解決に積極的に貢献する。

定量的指標

- ・ 事業パートナーに対する機構職員による個別コンサルティング件数を4,000件以上とする。
- ・ 機構が実施する自治体・DMO等向けのセミナー・研修会の開催回数を25回以上とする。
- ・ 機構が実施する自治体・DMO等向けセミナー・研修会の参加人数を1,000人以上とする。(総合的内容で広く対象者を募り開催するもの)
- ・ 機構が実施する自治体・DMO等向けのセミナー・研修会参加者による評価について、4段階評価で最上位の評価を得る割合が平均50%以上とする。
- ・ 機構が実施する特定テーマ(=(1)②に記載の「高付加価値」・「テーマ別」(サステナブル・ツーリズム、アドベンチャートラベル、欧米豪市場の訪日無関心層向けプロモーション等、取組の成果や市場動向等を踏まえ、重点的に取り組むテーマについて毎年度設定)に関する自治体・DMO等向けのセミナー・研修会の開催回数を10回以上とする。(上記回数の内数)
- ・ 機構が実施する特定テーマ(=(1)②に記載の「高付加価値」・「テーマ別」(サステナブル・ツーリズム、アドベンチャートラベル、欧米豪市場の訪日無関心層向けプロモーション等、取組の成果や市場動向等を踏まえ、重点的に取り組むテーマについて毎年度設定)に関する自治体・DMO等向けのセミナー・研修会参加者による評価について、4段階評価で最上位の評価を得る割合を平均50%以上とする。(上記評価の内数)
- ・ 【再掲】機構のSNSでの地方*コンテンツ投稿数を3,700回以上とする。*地方=三大都市圏(東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫)以外
- ・ 把握した訪日客の受入環境に係るニーズや課題の関係機関への情報提供回数を2回以上とする。

②訪日旅行の満足度向上に資する取組(受入環境整備)

観光案内所の更なる質の向上を図るため、DXの活用による情報発信の強化や観光案内所間のネットワーク・連携の拡充、体験型コンテンツの提供といった旅行者ニーズを踏まえた提供サービスの拡充、観光地の周遊促進に資する機能強化を支援する。さらに、多様な業態への制度周知を行い、必要な場所への認定案内所の設置を促進する。ツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)については、案内所支援業務の中核として全国の案内所との連携を強化する。

また、ユニバーサル対応や災害・医療機関に関する情報提供の拡充、観光関係事業者や自治体等と連携した情報発信等、訪日外国人旅行者の安全・安心の確保に資する受入環境整備を推進する。

加えて、通訳案内士試験事務の安定的・効率的な運営及び通訳案内士の質的向上に取り組む。

定量的指標

- ・ 機構が実施した外国人観光案内所向けの研修会の参加者による評価について、4段階評価で最上位の評価を得る割合を平均 60%以上とする。
- ・ 機構による外国人観光案内所向けの情報提供(災害・医療機関等情報含む)に対する外国人観光案内所による評価について、4段階評価で最上位の評価を得る割合を平均 50%以上とする。

(3) 国際会議等の誘致・開催支援

国際的な MICE(Meeting, Incentive Travel, Convention, Exhibition/Event の総称)誘致競争の激化や、ポストコロナを見据えた新たなニーズへの対応も可能となるよう、観光立国推進基本計画等の政府目標・方針も踏まえ、MICE マーケティング戦略を策定しつつ国際会議等の誘致・開催支援に係る取組を強化する。これらの取組に際しては、他の業務とも有機的に連携の上、2025 年の大阪・関西万博等、大規模イベントが集中的に開催され、MICE 開催国としても日本への注目が集まる機会を捉えて効果的に実施するとともに、これらの開催後も見据え、MICE の誘致や開催効果の拡大につなげる必要がある。また、国際会議の開催件数のみならず、MICE 全体に対する誘致と、訪日参加者数に限らず開催効果の拡大を図るべく、国際会議以外の分野も含め取組を強化する必要がある。

具体的には、日本の強みや魅力、安全・安心、サステナビリティ、大阪・関西万博への取組等について、国内ステークホルダーと連携して情報発信や見本市への出展、商談会の現地開催、セミナー、各種招請を関係者の評価を踏まえつつ効果的に行い、マーケティングの強化を図る。また、コロナ禍を契機としたデジタルリテラシーやサステナビリティ等新たなニーズにも対応する専門人材の育成に取り組む。加えて、レガシー効果の共有とその情報発信を強化し、MICE の開催効果の拡大につなげる。

国際会議については、IAPCO(※1)と連携し、これに加盟するコア PCO(※2)に向けた情報発信や招請等を行い、プロモーションを強化するとともに、国内学協会・大学・研究機関等との連携による国際会議開催意欲の喚起、日本の都市におけるサステナビリティの取組等の情報発信、オールジャパン体制での誘致・開催支援の実施を行う。

ミーティング・インセンティブ旅行については、付加価値のあるインセンティブ旅行コンテンツや体験のプロモーションと市場毎に最適化された情報の提供、国際的な業界団体との連携強化、コロナ禍を契機としたニーズへの対応やコンテンツの磨き上げ支援に取り組む。

※1 IAPCO: International Association of Professional Congress Organizers / 国際 PCO 協会

※2 コア PCO: 会議運営会社(PCO)のうち、国際会議を主催する国際団体・学術協会本部と契約し、国際会議の企画や準備・運営をグローバルに担う PCO

定量的指標

- ・ 海外の国際会議・インセンティブ旅行主催者等と、機構、国内の地方公共団体及び民間事業者等との MICE 商談件数及び機構による MICE セールス件数を、3,400 件以上とする。
- ・ MICE に関する国内外の商談会及びセミナー(人材育成・ウェビナー含む)の国内参加者及び海外参加者による評価について、それぞれ 4 段階評価で最上位の評価を得る割合を平均 40%以上とする。
- ・ 機構が行った MICE 関係の情報発信の接触者数(機構からの送信先相手方数・延べ数)を 12 万人以上と

する。

2. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(1) 組織運営の効率化

政府目標の達成に向け、上述3.の事務・事業の展開に効率的・効果的な体制を構築するため、組織面では、本部・海外事務所の組織体制や業務分担の見直しや強化を進めるとともに検討を行い、人材面では高付加価値旅行等今後強化する分野をはじめとするマーケティング部門や、独立行政法人に求められる DX 推進や内部統制の強化に対応するための管理部門における人材の確保・育成を強化し、働きやすさやモチベーションの向上につながる取組の強化を進める。

また、機構の職員が一丸となって、自主的・戦略的な業務運営を行い、最大限に成果を上げていくため、引き続き、効率的な運営体制の確保、管理業務の標準化や情報共有化等に努める。また、ダイバーシティ・環境負荷軽減等 SDGs に資する管理運営を推進するとともに、機構で掲げる経営理念の推進の職員への浸透を通じ、組織としての一体感を高める。

(2) 業務運営の効率化

① 効率化目標の設定等

運営費交付金を充当して行う業務については、今中期目標期間中、一般管理費（人件費、公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）及び業務経費（公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）の合計について、前年度比 1.25%以上の効率化を行う（ただし、新規に追加される業務、拡充業務は対象外）。

また、「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」（平成 25 年 12 月 24 日閣議決定）を踏まえ、引き続き、給与水準については法人の事務・事業の特性等を踏まえた柔軟な取扱を可能とするとともに、透明性の向上や説明責任の一層の確保が重要であることに鑑み、給与水準及び妥当性の検証結果を公表する。

② 調達等合理化の取り組み

「独立行政法人における調達等合理化の取組の推進について」（平成 27 年 5 月 25 日総務大臣決定）等を踏まえ、公正かつ透明な調達手続きによる適切で迅速かつ効果的な調達を実現する観点から、外部有識者及び監事から構成される契約監視委員会を活用して個々の契約案件の事後点検を実施する。また、令和 5 年度に策定する「調達等合理化計画」に基づき、一者応札の改善等の取組を着実に実施する。

(3) 業務の電子化及びシステムの最適化

業務運営の簡素化及び効率化を図るため、ICT の活用により、業務の電子化及びシステムの最適化を推進する。これに関連して、立案の電子決裁を推進し、紙による立案決裁率を最小限にする。また、デジタル庁が策定した「情報システムの整備及び管理の基本的な方針」（令和 3 年 12 月 24 日デジタル大臣決定）に則り、

PMO を中心に、情報システムの適切な整備及び管理に取り組む。

定量的指標

- ・ 紙による立案決裁率を5%以下とする。

3. 予算(人件費の見積りを含む。)、収支計画及び資金計画

(1) 予算(人件費の見積りを含む。)、収支計画及び資金計画

別紙のとおり

(2) 財務運営の適正化

「独立行政法人会計基準」(平成12年2月16日独立行政法人会計基準研究会策定、平成27年1月27日改訂)等により、運営費交付金の会計処理として、業務達成基準による収益化が原則とされたことを踏まえ、収益化単位としての業務ごとに予算と実績を管理する。

また、独立行政法人会計基準等を遵守し、適正な会計処理に努める。

なお、毎年度の運営費交付金額の算定については、運営費交付金債務残高の発生状況にも留意した上で、厳格に行う。

(3) 自己収入の確保

引き続き、地方公共団体、民間事業者等幅広い業種からの賛助金・会費等の増加による収入の増加を図るとともに、ノウハウを活かした受託業務に積極的に取り組む。

4. 短期借入金の限度額

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

5. 不要財産又は不要財産になることが見込まれる財産の処分に関する計画

なし

6. 重要な財産を譲渡し、又は担保にする計画

なし

7. 剰余金の使途

訪日マーケティング業務等、国内支援業務、業務の改善・質の向上のための環境の整備に充てる。

8. その他主務省令で定める業務運営に関する事項

(1) 内部統制の充実

事務・事業の実施のため、本部のみならず海外事務所の適切な業務運営のためには、コンプライアンス遵守の更なる徹底等内部統制の強化は重要であるため、理事長のリーダーシップのもと、重要案件について理事会や内部統制委員会等の適切な場で審議することでガバナンスの確保を行うとともに、リスク管理やコンプライアンスを強化する。

また、海外事務所を含め、監事監査及び内部監査を適切に行っていくことにより、監査機能の実効性の向上に努める。

(2) 情報セキュリティ対策の推進

国内のみならず海外事務所での事業展開や、デジタルマーケティングを実施していることから、情報セキュリティ対策は特に重要であり、「サイバーセキュリティ戦略」(令和3年9月28日閣議決定)等の政府方針を踏まえ、引き続き、サイバー攻撃等の脅威への対処に万全を期するとともに、保有個人情報の保護を含む適切な情報セキュリティ対策を推進する。また、「情報システムの整備及び管理の基本的な方針」(令和3年12月24日デジタル大臣決定)に則って、クラウド化を基本としたインフラ基盤の整備等による業務の適正化・効率化等の情報システムの適切な整備及び管理を行う。

(3) 活動成果等の発信

訪日プロモーションに係る取組の目的や必要性、その成果について、ホームページやプレスブリーフィング等国内メディアへの情報提供等を通じて国民にわかりやすく説明するとともに、政府が掲げる目標の達成のために、どのような貢献をしているのかが明確となるような情報発信に努める。

(4) 関係機関との連携強化

農水省、環境省、文化庁、国税庁等をはじめとする関係省庁や在外公館、JETRO、JFなどの政府関係法人、地方自治体・DMOやインバウンドに取り組む関係団体・民間企業等とより一層緊密な連携を図る体制を構築し、海外におけるイベントやセミナーの開催、ウェブサイト・SNSや広告、海外広報による情報発信、関係省庁

等が主催する委員会への参画等を通じた観光コンテンツの造成や受入環境の向上等に係る各種取組に対する助言等、オールジャパンで、戦略的、効率的かつ効果的な取組を実施する。連携にあたっては、国内の観光以外の、伝統芸能、伝統工芸などの関連産業の活性化や、海外現地における日本関連の物販・サービス促進のシナジー効果を生み出すよう努める。

(5) 人事に関する計画

上記計画の遂行に向けて、高付加価値旅行等今後強化する分野への対応力を強化するとともに、効率的かつ効果的な業務運営を行うため、人材確保、人材育成を実施する。

職員の意欲向上を図り、組織を活性化させるため、能力と実績に基づく人事評価を行い、これに応じた処遇を行うとともに、内外の研修等を活用し、能力の開発を行う。

また、職員一人ひとりの能力が十分発揮されるよう、適材適所の人事配置を行い、組織力の強化を図る。

あわせて、地方自治体・民間事業者等からの人材の活用を行う。

給与水準については、国家公務員の給与水準も十分考慮し、手当を含め役職員給与の在り方について検証した上で、その適正化に取り組むとともに、その検証結果や取り組み状況を公表するものとする。

(6) 独立行政法人国際観光振興機構法(平成14年法律第181号)第11条第1項に規定する積立金の使途

前期中期目標期間の最終事業年度において、独立行政法人通則法第44条の処理を行った後の積立金に相当する金額のうち主務大臣の承認を受けた金額について、やむを得ない事情により前期中期目標期間中に完了しなかった業務の財源、前期中期目標期間に発生した経過勘定等の損益影響額に係る会計処理等に充当する。

以上

独立行政法人国際観光振興機構 予算、収支計画、資金計画 総表（令和5年度）

一般勘定

1. 予算

(単位：百万円)

区分	訪日マーケティング業務等	国内支援業務	法人共通	合計
収入				
運営費交付金	1,804	65	3,371	5,240
寄附金等収入	248	35	-	283
事業収入	264	50	60	373
事業外収入	-	-	-	-
計	2,315	150	3,431	5,896
支出				
業務経費	1,982	100	-	2,083
受託等経費	333	50	-	383
人件費	-	-	2,822	2,822
一般管理費	-	-	609	609
計	2,315	150	3,431	5,896

(注) 単位未満を四捨五入しているため合計額が一致しない場合がある。

〔人件費の見積り〕 2,373 百万円を支出する。

当該人件費の見積り額は、予算表中の人件費の内、役員報酬並びに職員基本給、職員諸手当及び超過勤務手当に相当する範囲の費用である。

〔注記〕 退職手当については、役員退職手当支給基準及び職員退職手当支給基準に基づいて支給することとなるが、その全額について、運営費交付金を財源とするものと想定している。

2. 収支計画

(単位：百万円)

区分	訪日マーケティング業務等	国内支援業務	法人共通	合計
費用の部	2,315	150	3,584	6,049
経常費用	2,315	150	3,584	6,049
業務経費	1,982	100	-	2,083
受託等経費	333	50	-	383
一般管理費	-	-	3,431	3,431
減価償却費	-	-	153	153
収益の部	2,315	150	3,584	6,049
運営費交付金収益	1,804	65	3,371	5,240
国際観光振興事業収入	511	85	60	656
資産見返運営費交付金戻入	-	-	153	153
事業外収益	-	-	-	-
純利益	-	-	0	0
前中期目標期間繰越積立金取崩額	-	-	0	0
総利益	-	-	-	-

(注) 単位未満を四捨五入しているため合計額が一致しない場合がある。

3. 資金計画

(単位：百万円)

区分	訪日マーケティング業務等	国内支援業務	法人共通	合計
資金支出				
業務活動による支出	2,315	150	3,431	5,896
次期への繰越金	-	-	-	-
計	2,315	150	3,431	5,896
資金収入				
業務活動による収入	2,315	150	3,431	5,896
運営費交付金による収入	1,804	65	3,371	5,240
寄附金等収入	248	35	-	283
事業収入	264	50	60	373
事業外収入	-	-	-	-
計	2,315	150	3,431	5,896

(注) 単位未満を四捨五入しているため合計額が一致しない場合がある。

独立行政法人国際観光振興機構 予算、収支計画、資金計画 総表（令和5年度）

国際観光旅客税財源勘定

1. 予算 (単位：百万円)

区分	訪日マーケティング業務等	国内支援業務	法人共通	合計
収入				
運営費交付金	6,658	458	-	7,116
計	6,658	458	-	7,116
支出				
業務経費	6,658	458	-	7,116
計	6,658	458	-	7,116

(注) 単位未満を四捨五入しているため合計額が一致しない場合がある。

2. 収支計画 (単位：百万円)

区分	訪日マーケティング業務等	国内支援業務	法人共通	合計
費用の部	6,658	458	-	7,116
経常費用	6,658	458	-	7,116
業務経費	6,658	458	-	7,116
収益の部	6,658	458	-	7,116
運営費交付金収益	6,658	458	-	7,116
純利益	-	-	-	-
前中期目標期間繰越積立金取崩額	-	-	-	-
総利益	-	-	-	-

(注) 単位未満を四捨五入しているため合計額が一致しない場合がある。

3. 資金計画 (単位：百万円)

区分	訪日マーケティング業務等	国内支援業務	法人共通	合計
資金支出				
業務活動による支出	6,658	458	-	7,116
次期への繰越金	-	-	-	-
計	6,658	458	-	7,116
資金収入				
業務活動による収入	6,658	458	-	7,116
運営費交付金による収入	6,658	458	-	7,116
計	6,658	458	-	7,116

(注) 単位未満を四捨五入しているため合計額が一致しない場合がある。

独立行政法人国際観光振興機構 予算、収支計画、資金計画 総表（令和5年度）

交付金勘定

1. 予算

（単位：百万円）

区分	単一セグメント
収入	
寄附金収入	100
事業外収入	-
計	100
支出	
交付金事業経費	100
計	100

（注）単位未満を四捨五入しているため合計額が一致しない場合がある。

2. 収支計画

（単位：百万円）

区分	単一セグメント
費用の部	100
経常費用	100
交付金事業費	100
収益の部	100
寄附金収入	100
事業外収益	-
純利益	-
前中期目標期間繰越積立金取崩額	-
総利益	-

（注）単位未満を四捨五入しているため合計額が一致しない場合がある。

3. 資金計画

（単位：百万円）

区分	単一セグメント
資金支出	
業務活動による支出	100
次期への繰越金	-
計	100
資金収入	
業務活動による収入	100
寄附金収入	100
事業外収入	-
計	100

（注）単位未満を四捨五入しているため合計額が一致しない場合がある。