

平成25年度

業務実績報告書

平成26年6月

独立行政法人

国際観光振興機構

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	3
(1) 訪日プロモーション業務	3
① 海外事務所を活用した市場動向の収集・調査・分析・提供	3
② 訪日外国人旅行者誘致のための業務	8
ア 多様なメディアを活用した日本の観光魅力の発信	11
イ 訪日旅行商品の造成・販売支援	20
(2) 国内受入体制整備支援業務	35
① 観光案内所の整備支援業務	35
② 通訳案内士試験業務	41
(3) 国際会議等の誘致・開催支援業務	43
① 国際会議等の誘致支援業務	43
② 国際会議の開催支援業務	43
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	54
(1) 組織運営の効率化	54
(2) 業務運営の効率化	61
① 効率化目標の設定等	61
② 随意契約の見直し	61
(3) 関係機関との連携強化	65
(4) 内部統制の充実	72
(5) 戦略的な情報発信	75
3. 予算、収支計画及び資金計画	77
(1) 自己収入の確保	78
(2) 予算(人件費の見積りを含む。)	79
(3) 収支計画及び資金計画	79
4. 短期借入金の限度額	85
4の2. 不要財産又は不要財産となることが見込まれる財産がある場合には、当該財産の処分に関する計画	86
5. 重要な財産を譲渡し、又は担保にする計画	87

6. 剰余金の使途	88
7. その他主務省令で定める業務運営に関する事項	89
(1) 人事に関する計画	89
(2) 独立行政法人国際観光振興機構法(平成14年法律第181号) 第10条第1項に規定する積立金の使途	92
【参考資料】	93

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) 訪日プロモーション業務

>① 海外事務所を活用した市場動向の収集・調査・分析・提供<

【中期目標】

海外現地に常在する職員が長年にわたり構築・拡大を図ってきたネットワークや社会的ステイタス等海外事務所の機能を最大限活用し、変化の激しい市場動向をリアルタイムで把握・分析することにより、調査・研究を始めとするマーケティング業務を充実するとともに、その結果について事業パートナーを始めとする日本のインバウンド関係者と密接に情報共有を行う等、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図り、国内外におけるネットワークを形成・発展させる。また、これを基盤として、観光庁と共同で、市場ごとに海外の市場動向等の情報に基づく効率的・効果的な訪日プロモーション方針を策定・公表し、地方自治体や民間事業者が独自に取り組む事業・活動との連携を図りやすい環境を整える等、オールジャパン体制で国としての日本の観光魅力を発信し、訪日に結びつける取組を強力に推進する。

【中期計画】

海外事務所の海外現地におけるネットワークや社会的ステイタスを最大限に活用して、世界の主要な市場国・地域における一般消費者の旅行動向、ニーズ等のマーケティング情報をリアルタイムで収集し、市場別に分析を行う。また、その結果について、ウェブサイト、ニュースレター、出版物、セミナー、個別コンサルティング等の様々な方法を通じて、事業パートナー等へ提供することにより、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図る。

数値目標

事業パートナーに対し、海外事務所員や本部職員による面談方式の個別コンサルティングを年間延べ1,500件以上実施し、インバウンド関係者の育成とインバウンドビジネスの活性化を目指す。

事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。

【年度計画】

海外事務所の海外現地におけるネットワークや社会的ステイタスを最大限に活用して、世界の主要な市場国・地域における一般消費者の旅行動向、ニーズ等のマーケティング情報をリアルタイムで収集し、市場別に分析を行う。また、その結果について、ウェブサイト、ニュースレター、出版物、セミナー、個別コンサルティング等の様々な方法を通じて、事業パートナー等へ提供することにより、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図る。平成25年度は、パートナー情報のデータベース化を行い、パートナーのニーズを把握して事業へ反映するとともに、インバウンド旅行振興フォーラム、個別相談会等における相談対象市場を拡大する。

数値目標

事業パートナーに対し、海外事務所員や本部職員による面談方式の個別コンサルティングを年間延べ

1, 272件以上実施し、インバウンド関係者の育成とインバウンドビジネスの活性化を目指す。

事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。

年度計画における目標値設定の考え方

インバウンド関係者の育成とインバウンドビジネスの活性化を図るため、個別コンサルティングの実施状況を組織全体で把握・共有し、様々な事業パートナーのニーズに応えることとした。

また、機構からの情報提供に関して、事業パートナーに調査を行い、満足度を測ることで情報提供の質を高めていく。

実績値と取組状況

数値目標の達成状況

【個別コンサルティングの件数】

事業パートナーに対する面談方式の個別コンサルティングの実施件数は、数値目標である年間延べ1, 272件の2倍以上にあたる2, 905件となった。実績が目標を大きく上回った理由として、平成25年7月に機構内に地域コンサルティング窓口を設置したこと、9月に2020年オリンピック・パラリンピックの東京開催が決定したこと、また同年12月に年間の訪日外国人数が初めて1, 000万人を超えたこと等を機に、機構にコンサルティングを求める来訪者が大幅に増えたことが挙げられる。機構では、これに応える形で本部各部及び各海外事務所が総力体制でコンサルティングを実施したほか、個別相談会等の開催を通じて、多くの事業パートナーに情報提供・事業提案を行い、インバウンド関係者の育成とインバウンドビジネスの活性化に取り組んだ。

【機構からの情報提供に対する評価】

平成25年5月に開催したムスリム・ツーリズムセミナー、平成25年9月に開催した個別相談会及び平成26年1月に開催したインバウンド旅行振興フォーラムにおいて参加者にアンケート調査を実施したところ、4段階評価で上位2つの評価が、約97%となり、目標である7割以上を大きく上回った。

<機構からの情報提供に対する評価－参加者アンケート調査>

(単位: %)

	ムスリム・ツーリズム セミナー(5月)	個別相談会(9月)			インバウンド・ フォーラム(1月)	平均評価
		東京	神戸	合計		
大変役立った	35.0	41.3	69.4	46.8	48.0	96.9
役立った	59.0	56.0	27.8	50.5	51.4	
あまり役立たなかった	4.8	2.7	2.8	2.7	0.6	2.7
全く役立たなかった	1.2	0	0	0	0	1.2

取組状況

海外事務所のネットワークを通じて収集した主要市場のマーケティング情報をリアルタイムで収集し、市場別に分析を行った上で、ウェブサイト、ニュースレター、出版物、セミナー、個別コンサルティング等の様々な方法を通じて、事業パートナー等へ提供することにより、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図った。

(1) ウェブサイトを通じた情報提供

国籍別、目的別訪日外国人旅行者数(訪日外客数の推計値及び暫定値)、出国日本人数などの統計情報を毎月集計・分析し、報道発表を行うとともに、その内容をウェブサイトにも掲載した。

また、「機構賛助団体・会員専用サイト」を通じて、市場別の最新動向やマーケットデータ、主要旅行会社・メディアリスト、見本市・商談会等の事業参加案内等を提供した。

(2) ニュースレターを通じた情報提供

海外事務所が収集した市場の最新動向や各種調査報告、各市場に於ける事業の参加案内等の情報を提供するメールマガジン「JNTOニュースフラッシュ」を毎週金曜日に配信した。平成25年度は、臨時号を含めて合計55号を情報発信した。

(3) 出版物を通じた情報提供

① JNTO日本国際観光統計2012

訪日外国人旅行者数の月別、年別、国・地域別、目的別の統計や世界各国の旅行者に関する統計データをまとめた出版物「JNTO日本国際観光統計2012」を発行した。(発行時期:平成25年9月、発行部数:600部)

② JNTO訪日旅行誘致ハンドブック2014(欧米豪6市場編)

訪日外国人旅行者の誘致戦略の立案に不可欠な各国の市場動向、宣伝活動の手法、現地の流通構造等をまとめた出版物「JNTO訪日旅行誘致ハンドブック2014(欧米豪6市場編)」を発行した。(発行時期:平成26年3月、発行部数:800部)

(4) セミナー・イベント等を通じた情報提供

① JNTO個別相談会

平成25年9月4日に東京都内において、また9月6日に神戸市内において個別相談会を開催し、参加者は、東京会場が382人、神戸会場が51人となった。最新の市場動向が知りたいという参加者の声をふまえ、東京会場では個別相談会に加え、セミナー形式で訪日旅行者数の増加が著しいタイ市場の動向や同市場に対する効果的な取組事例を説明したほか、中国及び香港で実施したFIT市場の調査報告等を行った。

② インバウンド旅行振興フォーラム

賛助団体・会員を対象に、平成26年1月30日～31日に東京都内において、インバウンド旅行振興フォーラムを開催、参加者は日本各地の地方公共団体、観光・コンベンション推進機関、宿泊施設、旅行会社、運輸機関等、機構の賛助団体及び会員を中心に919人(2日間延べ人数)となった。

2日間にわたり、セミナー形式の海外旅行市場の説明と、事前アポイントメント制の個別相談会を同時並行で運営した。セミナーでは、地域別の各主要市場の最新動向の説明のほか、新たにインバウンド関係者の関心を集めている「ムスリム市場」や「MICEの現状と取組」のほか、ユネスコ無形文化遺産に登録された「和食」についても講演を行うなど、セミナー数を拡充した。また、個別相談会では、訪日旅行者数の増大が顕著な東南アジア市場について、「インドネシア」デスクと「ASEAN」デスクを新たに設置することにより個別相談枠の拡大を図り、より多くの参加者のニーズに応えるように努めた。

<インバウンド旅行振興フォーラム・個別相談会の開催実績>

	セミナー数		個別相談設定数		来場者数	
	H24	H25	H24	H25	H24	H25
インバウンド旅行振興フォーラム	13本	20本	486枠	573枠	590人	919人
個別相談会(東京・神戸)	3本	6本	377枠	405枠	372人	542人

【参考資料1 第11回JNTOインバウンド旅行振興フォーラム開催報告】

③ ムスリム・ツーリズムセミナー

平成25年5月17日に東京都内においてムスリム・ツーリズムセミナーを開催した。参加者数は、日本各地の地方公共団体、観光・コンベンション推進機関、宿泊施設、旅行会社、運輸機関等106人となった。セミナーでは、ハラル食材を用いた弁当の試食と説明、ムスリム層旅行動向調査概要報告、インドネシア及びマレーシアの旅行会社担当者による講演が行われ、多くの報道関係者が取材に会場を訪れるなど、日本国内におけるムスリム層の訪日旅行者誘致・受入に対する関心の高さがうかがえた。

【参考資料2 ムスリム・ツーリズムセミナー開催報告】

(5) 個別コンサルティングの実施

① 地域コンサルティング窓口の設置

機構による地域の観光資源の掘り起こし・海外展開を進めるため、平成25年8月に、公共団体、観光協会、民間事業者等幅広い方々から訪日旅行促進に関する相談を受け付ける地域コンサルティング窓口を事業連携推進部内に設置した。

② 地域の海外プロモーション・コンサルティング事業

地域コンサルティング事業の初の試みとして、富山県南砺市から委託を受け、同市の外国人宿泊者増加を目指した有カターゲット市場の選定と効果的なプロモーション手段の提案や事業計画を策定するためのコンサルティングを実施した。

③ 地方の個別相談会の開催

地域資源の海外展開を支援する取組の一環として、平成25年9月に、海外事務所長等が訪日旅行誘致に関する相談に対応する個別相談会を、東京及び及び神戸で開催した。

また、新たな試みとして、各地方運輸局等と共催するマーケット研究会に合わせて、地方連携ミニ個別相談会を9ヶ所で実施し、合計67件の個別相談を実施した。

<地方連携ミニ個別相談会 開催実績>

開催地		派遣事務所長(／本部市場担当)及び個別相談実施件数			
札幌市	9月 2日	上海	4件	ロンドン	4件
仙台市	9月 2日	シドニー	2件	台北	3件
富山市	9月 2日	香港	4件	ニューヨーク	3件
名古屋市	9月 2日	シンガポール	5件	フランクフルト	4件
大阪市	9月 3日	ソウル	4件	パリ	4件
広島市	9月19日	台湾(本部)	4件	アセアン(本部)	10件
高松市	9月 3日	シドニー	3件	台湾(本部)	4件
福岡市	9月 3日	シンガポール	4件	フランクフルト	2件
那覇市	9月 2日	バンコク	2件	トロント	1件
				合計	67件

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

- 平成25年度に事業パートナー情報のデータベース化を行い、本部各部及び各海外事務所がリアルタイムで各事業パートナーへのコンサルティング状況や連携実績が共有できるシステムを整備した。今後本データベースを活用して各事業パートナーの強みやニーズを把握した上でマーケティングの高度化や、より市場に適した連携を行っていく。
- 平成25年10月～平成26年3月にかけて、首都大学東京インバウンド研究会等と共同で、「訪日ムスリム旅行者に対する食に関する調査」を実施し、具体的にはインドネシア及びマレーシアの旅行フェアにおける対面調査、インドネシア、マレーシア、シンガポールにおけるウェブ調査での実施となり、訪日ムスリム旅行者が求める適切な食に関する適切な情報に関する解決策を講じる必要性を示した。

>② 訪日外国人旅行者誘致のための業務<

【中期目標】

海外現地に常在する職員が長年にわたり構築・拡大を図ってきたネットワークや社会的ステイタス等海外事務所の機能を最大限活用し、変化の激しい市場動向をリアルタイムで把握・分析することにより、調査・研究を始めとするマーケティング業務を充実するとともに、その結果について事業パートナーを始めとする日本のインバウンド関係者と密接に情報共有を行う等、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図り、国内外におけるネットワークを形成・発展させる。また、これを基盤として、観光庁と共同で、市場ごとに海外の市場動向等の情報に基づく効率的・効果的な訪日プロモーション方針を策定・公表し、地方自治体や民間事業者が独自に取り組む事業・活動との連携を図りやすい環境を整える等、オールジャパン体制で国としての日本の観光魅力を発信し、訪日に結びつける取組を強力に推進する。

【中期計画】

海外事務所の機能を最大限に活用し、海外の市場動向、競合国の活動事例や日本における成功事例等の情報を積極的・機動的に収集・分析することにより、マーケティングの高度化を図るとともに、その結果に基づき、観光庁と共同で効率的・効果的な訪日プロモーション方針を策定・公表し、日本の観光魅力の発信や訪日旅行商品の造成・販売支援等を推進する。また、訪日プロモーション事業の海外現地における事業実施の推進機関として、国内外におけるネットワークを形成・発展させ、関係者との連携を図ることによりオールジャパン体制を確立し、同事業を機動的・効果的に推進する。

【年度計画】

海外事務所の機能を最大限に活用し、海外の市場動向、競合国の活動事例や日本における成功事例等の情報を積極的・機動的に収集・分析することにより、マーケティングの高度化を図るとともに、別添1の各市場別の訪日プロモーション方針・事業計画概要に基づき、観光庁と連携して日本の観光魅力の発信や訪日旅行商品の造成・販売支援等を推進する。また、訪日プロモーション事業の海外現地における事業実施の推進機関として、国内外におけるネットワークを形成・発展させ、関係者との連携を図ることによりオールジャパン体制を確立し、同事業を機動的・効果的に推進する。

年度計画における目標設定の考え方

機構の海外事務所ネットワークを活用して収集した各種情報を元に、各海外市場別にターゲットとなる訪日層の年齢、性別、地域別、セグメント別のプロモーション計画を立て、デジタル・ジャパン事業や機構事業を組み合わせることで効果的な事業実施を目指す。その際には、地方運輸局や地方公共団体、民間企業等の事業パートナーとの協力連携に努める。

当該年度における取組

(1) 海外の市場動向の収集・分析とマーケティングの高度化

機構の海外事務所のネットワークを活用して海外現地の最新の市場動向を把握するとともに、月次で訪日客数の増減に影響を与えたと思われる要因や事業の成果の分析、さらには将来予測のデータを訪日外客数動向分析シートとしてとりまとめた。月例の観光庁・機構の連絡会議において、これら海外市場

の最新動向と分析を含めての情報共有を行うとともに、今後のプロモーション方針などについて意見交換を行い、事業へ反映させることにより、効果的・機動的な事業実施を図った。

また、訪日JNTOインバウンド旅行振興フォーラム等の機会において、各市場におけるプロモーションの成功事例の事業パートナーへの紹介に努めた。

(2) 各市場共同での訪日プロモーション方針・事業計画概要に基づく事業執行

観光庁と機構が共同で策定した各市場別の訪日プロモーション方針及び事業計画概要を観光庁と機構のウェブサイトで公表するとともに、これら訪日プロモーション事業の海外現地における事業の推進機関として、観光庁と連携して日本の観光魅力の発信や訪日旅行商品の造成・販売支援等を推進した。具体的には、地方公共団体や日本国内及び海外現地の民間事業者等事業パートナーとの調整やアドバイスをを行うなど、事業実施にあたっての海外現地の状況を踏まえた円滑かつ効果的なビジット・ジャパン事業の推進に貢献した。

【参考資料3 機構が関与したビジット・ジャパン事業の実績】

<訪日プロモーション事業における機構海外事務所による海外マネジメント等の例>

➤ 中国における主要旅行博出展・商談会開催事業

旅行博出展計画についての具体的な提案、共同出展者・商談会参加者の呼びかけ、ブース運営、受託事業者決定までの期間の主催者側との交渉等の業務を実施した。結果、中国で開催された主要な旅行博(北京旅游博覧会:共同出展者11社/団体、来場者数:15.3万人、広州国際旅游産業博覧会:共同出展者10社/団体、来場者数:8.5万人)や商談会(日本側出展者9団体、中国旅行会社9団体)で多数の事業パートナーと連携して円滑な事業実施にこぎつけた。

➤ 英国における旅行博出展事業

ビジット・ジャパン事業の一環であるWTM(World Travel Market)旅行博出展にあたり、共同出展者への呼びかけ、ブース運営、受託事業者決定までの期間の主催者側との交渉等、会場内での配布パンフレットの手配等の業務を実施した。共同出展者13社/団体と連携して、来場した旅行業界関係者へ対応を行い、訪日旅行商品の造成・販売促進を働きかけた。

➤ 豪州におけるスノー博出展とセミナー・商談会開催事業

旅行博出展事業の一つとして、メルボルンとシドニーのスノーエキスポに出展し、日本のスノーリゾートの魅力と多様性を広くアピールした。エキスポ総来場者数は、メルボルンで6,000人、シドニーで7,000人だった。併せて開催したスノーセミナーと商談会では、各リゾートからのPRが行われると共に、参加旅行会社との商談が行われた。メルボルンでの参加者数は70人、日本側の参加者は14人、シドニーでの参加者数は115人、日本側参加者は46人。

(3) 国内外における関係者との連携とオールジャパン体制の確立

訪日プロモーション事業の海外現地における事業実施の推進機関として、在外公館を始めとする関係省庁・政府関係法人、インバウンドへの取組を強化する地方公共団体、日本ブランドを海外展開する経済界等との国内外におけるネットワークの形成や発展に努め、関係者との連携を図ることによりオールジャパン体制を構築し、訪日プロモーション事業を機動的・効果的に推進した。

<国内外の関係者と連携した事業例>

- 平成25年10月6日～8日にかけて、シンガポール随一の商業地区オーチャードロードに位置するシンガポール高島屋にて、訪日旅行に特化した旅行フェア「My Japan Holiday－Japan Travel Fair 2013」を開催した。今回で第3回目を迎える本フェアでは、昨年を上回る現地旅行代理店10社とシンガポール航空が出展して訪日旅行商品を販売したほか、日本からの参加者である(株)オリエンタルランドと沖縄県による特設ブースでのPR、そしてビジット・ジャパン・機構ブースで日本各地の最新情報を提供した。会期中には5.7万人(推計)が来場し、577人が訪日旅行商品を購入した。

- 平成25年度米国における海外進出日系企業と連携した訪日旅行促進事業として、日本の旅行地としての認知度向上と訪日観光促進を目的とし、ニューヨークのグランドセントラル駅構内にて「Japan Week」を実施した。現地の日本食レストランに加え、地方公共団体、航空会社、鉄道、日系メディア、通信事業者、印刷会社、宿泊施設、旅行会社等23社・団体が共同出展、旅行会社等による訪日旅行商品の紹介のほか、16地域の日本酒試飲、飴細工の実演、映像上映によるヴァーチャルツアーなど様々な日本の魅力を紹介した。来場者数42万人(会場調べ)、メディア・リーチ数5,000万(推計)に達するまさに官民挙げての訪日PR事業となり、日本の旅行地としての認知度向上と訪日観光促進に貢献した。

【参考資料4 訪日旅行に特化したフェア開催(タイ)】

② 訪日外国人旅行者誘致のための業務

ア 多様なメディアを活用した日本の観光魅力の発信

【中期目標】

海外現地に常在する職員が長年にわたり構築・拡大を図ってきたネットワークや社会的ステイタス等海外事務所の機能を最大限活用し、変化の激しい市場動向をリアルタイムで把握・分析することにより、調査・研究を始めとするマーケティング業務を充実するとともに、その結果について事業パートナーを始めとする日本のインバウンド関係者と密接に情報共有を行う等、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図り、国内外におけるネットワークを形成・発展させる。また、これを基盤として、観光庁と共同で、市場ごとに海外の市場動向等の情報に基づく効率的・効果的な訪日プロモーション方針を策定・公表し、地方自治体や民間事業者が独自に取り組む事業・活動との連携を図りやすい環境を整える等、オールジャパン体制で国としての日本の観光魅力を発信し、訪日に結びつける取組を強力に推進する。

【中期計画】

各市場のターゲット・セグメントに対する日本の観光魅力の発信に当たっては、様々な媒体(ウェブサイト、テレビ、新聞・雑誌等)を効果的に組み合わせることで相乗効果を上げるよう努力する。

特に、ウェブサイトはプロモーションだけでなく、重要なマーケティング手段としても位置づけ、媒体トレンドの変化やICTの技術革新を踏まえながら各種ソーシャルメディアの活用を図るとともに、一般消費者、旅行会社、メディア等に向けて、良質の情報を効率的に提供する。

また、機構のウェブサイトにおいて、訪日外国人旅行者や海外の送客旅行会社等の対象に応じた情報コンテンツの充実や機能の改善を行う。

海外メディアを通じた情報発信に当たっては、海外の有力なメディア(在日外国人メディアを含む。)に対し、ウェブサイトやニュースレターによる日本観光情報の提供等を通じて日本特集記事の掲載等を働きかける。

訪日取材に際しては、日本のインバウンド関係者のニーズや訪日旅行商品の造成・販売に連動した適切な取材対象の選定・アレンジ、取材経費の一部負担の支援等を行うことにより、訪日促進効果の高い記事の掲載を促すとともに、機構のウェブサイトへの誘引を働きかける。

数値目標

中期目標期間中に、機構のウェブサイトのアクセス数を年間6億ページビューにする。

【年度計画】

各市場のターゲット・セグメントに対する日本の観光魅力の発信に当たっては、様々な媒体(ウェブサイト、テレビ、新聞・雑誌等)を効果的に組み合わせることで相乗効果を上げるよう努力する。

特に、ウェブサイトはプロモーションだけでなく、重要なマーケティング手段としても位置付け、媒体トレンドの変化やICTの技術革新を踏まえながら各種ソーシャルメディアの活用を図るとともに、一般消費者、旅行会社、メディア等に向けて、良質の情報を効率的に提供する。

また、機構のウェブサイトにおいて、訪日外国人旅行者や海外の送客旅行会社等の対象に応じた情報コンテンツの充実や機能の改善を行う。

平成25年度は、インドネシア語ウェブサイト及びFacebookページを新規に開設し、有望新興市場である東南アジア向けのソーシャルネットワークサービスを活用した情報発信を強化する。さらに、訪日需要喚起や旅行者支援に資する記事で構成したマンスリーウェブマガジンの4言語(英語、中文簡体、中文繁体、韓国語)での発行、スマートデバイス向けコンテンツの拡充等により、ウェブサイトへのアクセス増を図る。

海外メディアを通じた情報発信に当たっては、海外の有力なメディア(在日外国人メディアを含む。)に対し、ウェブサイトやニュースレターによる日本観光情報の提供等を通して日本特集記事の掲載等を働きかける。

訪日取材に際しては、日本のインバウンド関係者のニーズや訪日旅行商品の造成・販売に連動した適切な取材対象の選定・アレンジ、取材経費の一部負担の支援等を行うことにより、訪日促進効果の高い記事掲載を促すとともに、機構のウェブサイトへの誘引を働きかける。

数値目標

機構のウェブサイトのアクセス数を3億4,200万ページビューにする。

年度計画における目標値設定の考え方

前中期計画最終年の平成24年度アクセス数(2億9,700万ページビュー:算定時の見込み数)から、一定の割合で増加し、今中期計画期間最終年(平成29年度)に6億ページビューに達すると想定した場合、1年分の伸び率は概ね15.1%程度となる。平成24年度のアクセス数にこの伸び率を適用した約3億4,200万ページビューを、平成25年度の数値目標として設定した。

実績値と取組状況

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)】

平成25年度の機構が運用するウェブサイト(※)のアクセス数は、平成24年度実績(3億2,660万ページビュー)から約41%増の4億6,100万ページビューとなり、平成25年度計画の数値目標である3億4,200万ページビューを大きく上回った。

こうした大幅なアクセス増加は、台湾、タイ、シンガポールや米国向けFacebookページのファン数増加、中国ミニブログの微博などから中国語簡体字ウェブサイトへの誘導など、SNS(ソーシャルネットワークサービス)との連携強化が大きな要因と考えられる。

※Facebook等、第三者が運用するサイト内で、機構が管理を行うページへのアクセスを含む。

◎ 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 (pv)	平成24年度 実績(pv)	平成25年度 実績(pv)	平成25年度 目標値(pv)	平成24年度 に対する増加率
6億	3億2,660万	4億6,100万	3億4,200万	41.2%増

【参考資料5 ウェブサイトの言語／事務所別アクセス数の推移】

取組状況

(1) 媒体トレンドの変化やICTの技術革新を踏まえた情報発信

世界の登録者数が12億8,000万人を超え（平成26年3月時点）、多くの国で人々の日常の情報交換に利用されているFacebookを訪日情報の発信ツールとしてさらに活用するため、平成25年度は、新たに、ベトナム、インドネシア版のFacebookページを開設し、平成24年度までに運用を開始した13市場（米国、カナダ、英国、フランス、ドイツ、タイ、インド、シンガポール、香港、台湾、韓国、豪州、グローバル）とあわせて15カ所のFacebookページからの情報発信を行った。写真を活用した日本の多様な観光魅力の紹介に加え、当該国における日本フェアなどのイベント情報や日本関連のテレビ放映情報など、市場に応じたタイムリーな情報を日替わりで掲載するとともに、ウェブサイト、テレビ、新聞・雑誌等の広告宣伝事業等とも積極的に連携した結果、平成26年3月末時点でのファン数は合計約128万4千人に達し、平成25年3月時点（約66万2千人）からほぼ倍増した。

また、Facebookの利用が禁止されている中国向けには、主流ソーシャルメディアである「微博（ファン数27万8,806人）」をプロモーションに活用するため、北京、上海事務所それぞれが「新浪微博」上の独自サイトを引き続き運用し、日本の観光情報の発信を行った。このように、媒体トレンドの変化やICTの技術革新を踏まえながら各種ソーシャルメディアの活用を図り、一般消費者、旅行会社、メディア等に向けて、市場に応じたタイムリーな情報を日替わりで掲載するなど、良質の情報を効率的に提供し、日本の観光情報の発信を行った。

【参考資料6 各市場向けFacebook及び微博の運用状況】

(2) 情報コンテンツの充実と機能改善

① インドネシア市場向けウェブサイトの開設

今後の有望な訪日旅行市場の一つであるインドネシア市場向けに観光情報を提供するため、ジャカルタ事務所開設にあわせ、機構ウェブサイトで13言語目となるインドネシア語サイトを開設した。本サイトは、当該市場の潜在的な旅行者層向けに、ビジュアル写真を交えた日本の主要観光スポットや各地の観光魅力、ショッピングや料理、交通などの実用情報、訪日旅行の準備に役立つ基本情報などのほか、イスラム文化圏のインドネシアの宗教や生活習慣に配慮して、ムスリム向けのレストランや料理選択のヒント、日本滞在中に礼拝する際の実用情報、旅行時の言語障壁を軽減するためにインドネシア語・日本語で併記した会話集等も掲載した。

（インドネシア語サイト：<http://www.jnto.or.id/>）

【参考資料7 インドネシア市場向けウェブサイトを開設】

② マンスリーウェブマガジンの発行

訪日旅行需要喚起を念頭に、「日本の今」を伝える旬な情報や日本ならではのクールでユニークなテーマの特集記事を毎月3本程度制作し、「JNTO Monthly Web Magazine」として英語、中国語簡体字、中国語繁体字(香港版・台湾版)、韓国語の5言語で発行した。平成25年度は、日本の多様な自然景観や行祭事の他、ユネスコ無形文化遺産に登録された和食、忍者体験、ユニークレストラン、昇龍道モデルルート、大相撲観戦、世界遺産となった富士登山、四国遍路等、様々なテーマの特集記事を48本掲載した。

- 英語版 <http://www.jnto.go.jp/eng/indepth/exotic/JapanesQue/>
- 中国語簡体字版 <http://www.welcome2japan.cn/indepth/exotic/JapanesQue/>
- 中国語繁体字(香港)版 <http://www.welcome2japan.hk/indepth/exotic/JapanesQue/>
- 中国語繁体字(台湾)版 <http://www.welcome2japan.tw/indepth/exotic/JapanesQue/>
- 韓国語版 <http://www.welcometojapan.or.kr/indepth/exotic/JapanesQue/>

【参考資料8 マンスリーウェブマガジンの記事事例】

③ 地域産品紹介コンテンツの整備

日本全国の地域特産品をジャパブランドの観光資源と位置付け、その特長や魅力を紹介するとともに、訪日外国人による購買促進につながるようなコンテンツを英語、中国語(簡体字・繁体字)、韓国語の4言語で制作した。平成25年度は47都道府県の工芸品、食品、日本酒など主要な100品目を掲載するとともに、外国語対応の通販サイトと連携し、紹介した地域産品を海外から購入することを可能とした。(地域産品サイト:<http://japan-brandjnto.go.jp>)

【参考資料9 地域産品サイトを開設】

④ スマートデバイス向けコンテンツの拡充

世界中でスマートフォンやタブレット等の利用者が急増しており、こうしたスマートデバイスを持参して訪日する旅行者向けに、各種の観光施設、案内所、宿泊施設、飲食店の情報検索サービス、旅行先での天気情報などを英語、中国語(簡体字・繁体字)、韓国語の4言語で運用した。

平成25年度は、インターネット接続時にあらかじめ必要情報をダウンロードしておくことにより、オフライン時でも情報が参照可能となる機能を整備した。

【参考資料10 スマートデバイスによる情報提供事例】

(3) メディア向け広報活動

各市場での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、主要な媒体の記者等の招請、取材を予定している記者の訪日取材協力(旅程策定、取材許可の申請、一部負担の支援等)、ニュースレター等による情報提供を以下のとおり実施した。

<平成25年度実施した訪日取材協力件数>

事業の内容	実施件数	記事掲載・番組放映件数※
海外有カメディア関係者の訪日取材協力	88件	254件
海外事務所のニュースレター発行、情報提供、各種アレンジ等による訪日旅行情報の提供	353件 (ニュースレター類の発行件数のみ)	1,316件
ビジット・ジャパン事業での招請・取材協力	94件	217件

※記事掲載・番組放映件数は平成25年度中に掲載・放映を確認した件数である。

各海外事務所におけるニュースレター発行等の情報提供活動、並びに有カメディアに対する訪日取材の働きかけ等の的確なセールス活動が奏功した結果、全体で1,787件ものメディアへの露出が実現した(広告費換算額は約169億円)。

【参考資料11 メディア取材支援実績の内訳】

【参考資料12 海外事務所発行のニュースレターの例(ニューヨーク事務所発行)】

【メディア訪日取材支援活動の主な実績】

➤ 韓国

韓国地上波KBSの人気番組「スーパーマンが帰ってきた」を箱根、東京、沖縄に招請し、震災の影響を受けた日本のブランド価値の向上や、訪日旅行への抵抗感を払しょくしたほか、旅行需要の回復を図り、特に沖縄への訪日韓国人数増加に貢献した。

➤ 中国

上海から、テレビ番組、旅行専門誌、旅行ウェブサイト、旅行アプリの複合媒体である「旅行者」グループを招請し、京都での個人旅行をテーマにした取材への協力を行った。機構が取材先旅程のアドバイス及び取材のアテンド等支援を行った結果、有力な旅行専門誌「旅行者」(発行部数60万部)での100ページの京都特集記事掲載、ウェブサイト上での京都特集掲載、スマートフォン向けアプリの公開がなされ、また、上海の主要テレビ局である上海電視台の旅行番組「旅行者」での30分番組4回放映も予定されており、FIT(個人旅行)需要が高まりつつある上海地域での効果的な情報発信と旅行需要の喚起につながった。

➤ 香港

香港で最も視聴されているテレビ局、TVBの番組招請を行い、1時間の特別番組「最瀛自由行」を制作、計4回(6月・九州・中部、11月・北陸・四国)の放映に結び付けた。番組では著名タレント2

人が鉄道やレンタカーを使った地方への旅を楽しむ様子が描かれ、各回18～22%の高視聴率を獲得した。

➤ シンガポール

シンガポールのテレビ局(Mediacorp)を日本に招請し、関東・関西・中部・九州・沖縄での取材を通じて日本全国の食、自然、日本ならではの体験を平成25年10月～12月にかけて全10回同媒体のオンライン放送(接触媒体数:約5万世帯)で紹介した。20代女性のレポーター2人による若者目線を見た日本の魅力紹介となっており、ターゲットである20、30代独身女性の訪日意欲喚起を促した。

(同市場では通常インターネットTVで放映後に地上波(接触媒体数:約13.1万世帯)で放映。地上波でも平成26年9月頃放送予定。)

➤ タイ

平成26年3月18日～23日、タイの高級雑誌「PRAEW」(隔週発行・発行部数:25万部)を招請して東北特集の撮影・取材を行った。モデルにはタイのスーパースター「バード・トンチャイ氏」を起用、宮城県の人気観光地で、表紙を含む、ファッションページの撮影を行った。また、3月23日～28日には編集チームによる東北地方の観光地を取材、東北地方の魅力の露出を図ることで(8月掲載予定)、更なる訪日促進への効果を高めた。

➤ マレーシア

マレーシアのケーブルチャンネルであるAstro Oasis TVのテレビ番組「Rasa Halal Travelogue Program」の取材支援を行った。各地域で撮影した内容は、平成25年7月～9月にかけて各30分全7話(合計210分)の放映につなげた。関西及び東京の観光地やムスリム向けレストランを紹介するなど、快適で安心な日本をアピールし、平成25年5月より単月で毎月過去最高を記録している訪日マレーシア人増加(2013年は前年度比35.6%増の17.6万人)に貢献した。

➤ 米国

全米ネットワークテレビ局CBSで放送されている人気番組「Amazing Race」(視聴者数:約1,000万人)に対し、取材先の提案・仲介等の支援を行った。同番組は、2人一組のチームが、与えられたヒントを頼りに、次の目的地となる場所や施設を探しながら諸外国を冒険し、順位を競う内容となっているが、今回は、成田空港、豪徳寺、砧公園、新宿中央公園、金王八幡宮、Tokyo Media Cityにて撮影が行われ、平成25年12月4日に米国にて放送された。普段取り上げられることが少ないスポットが放送されたことにより、日本の新たな魅力をPRすることができた。

➤ メキシコ

日墨交流400周年事業の一環として、メディア5社と旅行会社2社の招請事業を実施し、仙台、石巻、松島、東京の視察を行った。屋形船での文化体験や、築地市場の見学なども喜ばれたが、科学未来館など近代技術・科学施設の人気が非常に高く、米国市場との違いが感じられた。また、本招請については現地主要紙「Reforma」の日曜旅行版である「De Viaje」、「Excelsior」日曜旅行版である「Bon Voyage」、「El Universal」系列のライフスタイル雑誌「Domingo」に記事が掲載され、外国旅行先としての日本を効果的にPRすることができた。

➤ ブラジル

サンパウロの日本祭りに日本ブースを出展するのに合わせ、現地旅行会社及びメディアに対して訪日旅行情報を提供したところ、在サンパウロの日系紙「サンパウロ新聞(Jornal São Paulo Shimbun)」(7月31日付、3万部発行)と「ニッケイ新聞(Nikkei Shimbun)」(8月2日付、1万部発行)に出展や取組の様子が記事掲載された。また、ブース来場者を対象とした訪日動態調査の結果が、11月22日付「サンパウロ新聞」に追加で記事掲載された。

➤ カナダ

エア・カナダ機内誌「en Route」(発行部数:12万部、読者数107.5万人)の取材協力をを行い、カナダ人建築家がデザインした青森「ねぶたの家ワ・ラッセ」を切り口として、青森の魅力が2ページにわたって紹介され、日本の地方の魅力のPRにつながった。

➤ 豪州

土曜日夜に放送されている民放TVの1時間番組であるCH9「The Gurus Explore」の訪日ロケ支援を実施し、東京、和歌山、沖縄の各地を紹介した。番組では、沖縄のビーチリゾートの魅力や「美ら海水族館」の紹介、和歌山の自然と歴史文化、東京では高尾山・浅草等観光地とあわせ、食の魅力が多面的に紹介された。放映時は、豪州5大都市(シドニー、メルボルン、キャンベラ、ブリスベン、パース)の総数で約56.8万人、また翌日の再放送では、約23.7万人が視聴するなど、同市場での訪日旅行者増加に向けて効果的なPRを行った。

➤ 英国

平成24年度に取材協力を実施した日刊紙「The Daily Telegraph」(発行部数:55.9万部)にて、BBCの番組で一躍脚光を浴びた人気シェフ、Tim Anderson氏による日本の各地方の食文化を取り上げた記事が掲載された。記事は新聞3ページ(1.5ページ分の記事内容)に渡って展開され、浜名湖のウナギや松阪牛、九州のストリートフード等、ご当地ならではの食を紹介。日本のブランド食材や地域ごとの食文化を絡めた日本の魅力をPRすることに繋がった。

有力なジャーナリストの取材協力を実施した結果、iPad トラベルマガジンの「TRVL」(ダウンロード数:30万件/月)にて48ページに渡り沖縄が特集された。食事、空手、生活スタイルを軸に琉

球王国の歴史的説明も交えて紹介。写真集のような人目を惹く誌面も印象的で沖縄の長寿や生活スタイルなどにも触れており、非常に深掘りした内容となった。随所にiPadマガジンならではの映像紹介もあり、沖縄の魅力が存分に表現された。

➤ ロシア

ロシア最大規模の旅行博・MITT出展に連動したメディア招請事業を11月に実施。その成果として、日本の記事がロシアの有力日刊紙コムソモリスカヤ・プラウダ紙のオンライン版に掲載された。日本の美について触れている内容で、もみじや温泉、日々の暮らしなどについて写真とともに紹介。訪日を喚起するPR記事となった。

➤ フランス

Air France機内誌「Air France Magazine」(発行部数:41万部)の取材協力を行い、「福岡を訪れる10の理由」をテーマに福岡の観光地やお勧めスポットを14ページにわたって紹介した。フランスのナショナルフラッグキャリアの機内誌に欧州市場ではあまりなじみがない九州(福岡)が取り上げられる自体、非常にインパクトがあることであり、平成25年4月に就航したKLMオランダ航空・アムステルダムー福岡便PRとの相乗効果もあり、日本の地方の魅力の更なるPRにつながった。

➤ スペイン

スペイン最大規模旅行博・FITUR出展と連動したメディア招請事業で、有力一般紙El Mundo(発行部数:140万部)の記者及びカメラマンを招請し、訪日旅行者にとっての定番の東京・京都以外に、(サンティアゴ・デ・コンポステーラへの巡礼道と姉妹道提携がある熊野古道を有する)スペイン人にとって親しみを感じやすい和歌山県・高野山のほか、パリ事務所に問い合わせが少しずつ増えている馬籠・妻籠の取材を行った。その結果、旅行博前後に同紙の旅行特集や旅行ポータルサイト上で、写真や記事の掲載に結び付け、春のイースター休暇や夏の旅行への需要喚起に寄与した。

➤ イタリア

イタリアの主要な旅行雑誌「Viaggiando」(発行部数:4.6万部)の招請を行った。地方への誘客を図るべく、平成25年4月に就航したKLMオランダ航空・アムステルダムー福岡便の利用促進も念頭において九州(福岡・熊本・別府)と訪日旅行者には欠かせない東京の取材を訪問、各地での現代的・伝統的な魅力、食文化、温泉文化、お勧めのお土産等を紹介した。九州については、さっそく同媒体のウェブ版(月刊ユニークユーザー数:9.2万人)ほか、旅行博BIT直後に誌面で16ページの掲載も図られ、日本の地方の魅力紹介につながった。

➤ ドイツ

平成25年4月にアムステルダムー福岡便を就航したKLMオランダ航空と共同で、Frankfurter Allgemeine Zeitung(発行部数:35.4万部)やSueddeutsche Zeitung(発行部数:42万部)など全国紙と有力旅行雑誌の記者6人の九州各地の取材協力を行い、ドイツ市場ではまだなじみの薄い九州の魅力が様々な媒体で紹介され、日本の地方の魅力の更なるPRにつながった。

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

英国で最も権威ある旅行賞の1つガーディアン・トラベル・アワードにおいて、日本が長距離国別部門で3年連続第1位、また、東京が海外都市別部門で4年連続第1位となり、長距離国別部門及び海外都市別部門の双方で第1位に選出される快挙を遂げた。全部門の各賞は、いずれも読者の満足度投票で決定され、日本が提供する多様な体験が読者に高い評価を得た。

>② 訪日外国人旅行者誘致のための業務<

イ 訪日旅行商品の造成・販売支援

【中期目標】

海外現地に常在する職員が長年にわたり構築・拡大を図ってきたネットワークや社会的ステイタス等海外事務所の機能を最大限活用し、変化の激しい市場動向をリアルタイムで把握・分析することにより、調査・研究を始めとするマーケティング業務を充実するとともに、その結果について事業パートナーを始めとする日本のインバウンド関係者と密接に情報共有を行う等、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図り、国内外におけるネットワークを形成・発展させる。また、これを基盤として、観光庁と共同で、市場ごとに海外の市場動向等の情報に基づく効率的・効果的な訪日プロモーション方針を策定・公表し、地方自治体や民間事業者が独自に取り組む事業・活動との連携を図りやすい環境を整える等、オールジャパン体制で国としての日本の観光魅力を発信し、訪日に結びつける取組を強力に推進する。

【中期計画】

海外の旅行会社の訪日旅行商品造成を支援するため、要望に基づく提案や情報・販促素材等の提供、モデル的な訪日旅行商品の素材提供等による企画コンサルティング、旅行博覧会や展示会等への参加、現地有力旅行会社キーパーソンの日本への招請、日本における商談会の開催等の支援を行う。一般消費者向けに日本の観光プロモーションをあわせて行う際には、地方自治体、民間事業者等と連携することで、効率的・効果的な事業展開を図るべく努力する。

また、現地旅行会社等のスタッフを対象とした研修・セミナーの実施、現地有力旅行会社との共同広告、訪日旅行販売担当のスキルアップを目的とするJTS(Japan Travel Specialist)育成事業等により訪日旅行商品販売支援を行う。

数値目標

中期目標期間中に、機構が造成・販売支援を行った旅行商品により訪日した外国人旅行者の数を年間90万人とする。

【年度計画】

海外の旅行会社の訪日旅行商品造成を支援するため、旅程等の提案や情報・販促素材等の提供、モデル的な訪日旅行商品の素材提供等による企画コンサルティングや、観光庁等と連携し、旅行博覧会や展示会等への参加、有力旅行会社キーパーソンの日本への招請、日本における商談会の開催等の支援を行う。一般消費者向けに日本の観光プロモーションをあわせて行う際には、地方自治体、民間事業者等と連携し、オールジャパン体制による効果的・効率的な事業展開を図る。

また、現地旅行会社等のスタッフを対象とした研修・セミナーの実施、現地有力旅行会社との共同広告、訪日旅行販売担当のスキルアップを目的とするJTS(Japan Travel Specialist)育成事業等により訪日旅行商品販売支援を行う。

数値目標

機構が造成・販売支援を行った旅行商品により訪日した外国人旅行者の数を65万人とする。

年度計画における目標値設定の考え方

前中期計画最終年の平成24年度実績から、機構が造成・販売支援を行った旅行商品により訪日した外国人旅行者の数が前年度比一定の割合で増加し、今中期計画期間最終年(平成29年度)に90万人に達すると想定した場合、1年分の伸び率は概ね8.4%となる。平成24年度の実績にこの伸び率を適用した65万人を、平成25年度の数値目標として設定した。

実績値と取組状況

数値目標の達成状況

【機構が造成・販売支援を行った旅行商品により訪日した外国人旅行者の数】

平成25年度に機構が造成・販売支援を行った旅行商品により訪日した外国人旅行者の数は、目標の65万人を大きく上回り、過去最高の91万6,217人となった。

数値目標	平成25年度実績
65万人	91万6,217人

実績が目標を大きく上回った主な要因としては、訪日外客数全体の増加に加えて、東南アジア諸国の査証緩和や格安航空会社などの新規就航等と連動した販売・造成支援や訪日外客1,000万人達成に向けて第3四半期に実施したプロモーション事業が奏功したことが挙げられる。

取組状況

以下の取組を通じて海外の旅行会社の訪日旅行商品造成を支援し、訪日外国人旅行者1,000万人の目標達成に貢献した。事業の実施にあたっては、首都圏空港の発着枠の拡大、査証の緩和等と施策と連動を図るとともに、地方自治体、民間事業者等と連携し、オールジャパン体制による効果的・効率的な事業展開を図った。

(1) 訪日旅行商品造成

訪日旅行商品造成を支援するため、海外の旅行会社の要望に基づく提案や情報・販促素材等の提供、モデル的な訪日旅行商品の素材提供等による企画コンサルティング、旅行博覧会や展示会等への参加、現地有力旅行会社キーパーソンの日本への招請、日本における商談会の開催等の支援を行った。平成25年度の主な実績は以下のとおり。

① 旅行博覧会・展示会等への参加

世界各地で開催される主要な旅行博覧会・展示会に地方公共団体、民間事業者等と共同で出展し、訪日旅行の認知度向上、需要喚起に貢献した。

日程	開催地	旅行博・展示会名	対象	実績
韓国				
平成25年 5月24日 ～26日	ソウル	ハナツアー 博覧会(HITS2013)	一般・旅行 業界	・来場者数85,000人 ・日本ブース共同出展者数:52団体・企業 ・日本ブース来場者数:68,000人
平成25年 5月30日 ～6月2日	ソウル	第26回 韓国国際観光展 (KOTFA2013)	一般・旅行 業界	・来場者数120,641人 ・日本ブース共同出展者数:15団体・企業 ・日本ブース来場者数:96,513人
平成25年 9月6日 ～9日	釜山	第16回 釜山国際観光展 (BITF2013)	一般・旅行 業界	・来場者数:94,484人 ・日本ブース共同出展者数:20団体・企業 ・日本ブース来場者数:75,588人
台湾				
平成25年 5月10日 ～13日	高雄	2013 高雄国際旅行 展(KTF)	一般・旅行 業界	・来場者数:12.8万人 ・日本ブース共同出展者数:7団体・企業
平成25年 10月4日 ～7日	台中	2013 台中国際旅展 (TTF)	一般・旅行 業界	・来場者数:13.1万人 ・日本ブース共同出展者数:7団体・企業
平成25年 10月18日 ～21日	台北	台北国際旅展(ITF) 2013	一般・旅行 業界	・来場者数:31.5万人 ・日本ブース共同出展者数:48団体・企業
中国				
平成25年 6月21日 ～23日	北京	北京旅游博覧会 (BITE)2013	一般・旅行 業界	・来場者数:15.3万人 ・日本ブース共同出展者数:11団体
平成25年 8月30日 ～9月1日	広州	中国(広州) 国際旅游産業博覧 会(CITE)2013	一般・旅行 業界	・来場者数:約50万人 ・日本ブース共同出展者数:10団体 ・日本ブース来場者数:52,600人
香港				
平成25年 6月13日 ～16日	香港	第27回香港国際旅 游展(ITE)2013	一般・旅行 業界	・来場者数:85,072人 ・日本ブース共同出展者数:19団体 ・日本ブース来場者数:約20,000人

タイ				
平成25年 8月15日 ～18日	バンコク	Thai International Travel Fair #13 (TITF)	一般・旅行 業界	<ul style="list-style-type: none"> ・日本ブース共同出展者数:24団体 ・連携した旅行会社での訪日旅行商品購入者数:3,249人(前年2,060人、57.7%増)
平成26年 2月20日 ～23日	バンコク	Thai International Travel Fair #14 (TITF)	一般・旅行 業界	<ul style="list-style-type: none"> ・日本ブース共同出展者数:59団体 ・連携した旅行会社での訪日旅行商品購入者数:6,627人(前年5,247人、26.3%増)
シンガポール				
平成25年 8月16日 ～18日	シンガポール	NATAS Holidays 2013	一般・旅行 業界	<ul style="list-style-type: none"> ・来場者数:63,744人 ・日本ブース共同出展者数:19団体 ・連携した旅行会社での訪日旅行商品購入者数:5,323人(前年比)56.6%増。 ※購入者数は、ジャパンパビリオンでのギブアウェイ引き換え人数を基に記載。
平成26年 2月28日 ～3月2日	シンガポール	NATAS Travel 2014	一般・旅行 業界	<ul style="list-style-type: none"> ・来場者数:54,275人 ・日本ブース共同出展者数:18団体 ・連携した旅行会社での訪日旅行商品購入者数:2,741人 ※購入者数は、ジャパンパビリオンでのギブアウェイ引き換え人数を基に記載。 ギブアウェイ引き換え人数とは別途、機構が旅行会社へ独自ヒアリングをした結果は、(前年比)15～20%増であった。
マレーシア				
平成25年 7月6日 ～7日	ペナン	Malaysia International Travel Mart 2013	一般・旅行 業界	<ul style="list-style-type: none"> ・来場者数:約3万人 ・連携した旅行会社での訪日旅行商品予約人数:約530人 ・査証免除の情報発信

平成25年 9月6日 ～8日	マレーシア クアラルンプール	MATTA FAIR 2013	一般・旅行 業界	<ul style="list-style-type: none"> ・来場者数: 86, 867人 ・日本ブース共同出展者数: 18団体 ・査証免除案内: 2, 500件対応 ・連携した旅行会社での訪日旅行商品購入者数: 2447人
平成26年 3月14日 ～16日	マレーシア クアラルンプール	MATTA FAIR 2014	一般・旅行 業界	<ul style="list-style-type: none"> ・来場者数: 90, 273人 ・日本ブース共同出展者数: 13団体 ・連携した旅行会社での訪日ツアー購入者数: 1, 733人
インドネシア				
平成26年 3月21日 ～23日	インドネシア ジャカルタ	Astindo Fair 2014	一般・旅行 業界	<ul style="list-style-type: none"> ・来場者数: 75, 000人 ・日本ブース共同出展者数: 7団体
フィリピン				
平成26年 2月14日 ～16日	マニラ	Travel Tour Expo	一般	<ul style="list-style-type: none"> ・来場者数: 70, 116人 ・日本ブース共同出展者数: 4団体 ・日本ブース来場者数: 1, 269人
豪州				
平成25年 5月19日	メルボルン	Melbourne Snow Travel Expo 2013	一般	<ul style="list-style-type: none"> ・来場者数: 6, 000人 ・日本ブース出展者数: 7団体 ・日本ブース来場者数: 約2, 200人
平成25年 5月26日	シドニー	Sydney Snow Travel Expo 2013	一般	<ul style="list-style-type: none"> ・来場者数: 7, 000人 ・日本ブース出展者数: 14団体 ・日本ブース来場者数: 約2, 500人
米国				
平成25年 11月6日 ～9日	オーランド (フロリダ)	DEMA Show	旅行業界	<ul style="list-style-type: none"> ・来場者数: 8, 176人 ・日本ブース共同出展者数: 1団体 ・日本ブース来場者数: 800人
平成26年 2月8日 ～9日	ロサンゼルス	Los Angeles Travel & Adventure Show	一般	<ul style="list-style-type: none"> ・来場者数: 32, 181人 ・日本ブース共同出展者数: 19団体・社 ・日本ブース来場者数: 8, 400人
平成26年 2月28日 ～3月2日	ニューヨーク	The New York Times Travel Show	一般	<ul style="list-style-type: none"> ・来場者数: 23, 718人 ・日本ブース共同出展者数: 18団体・社 ・日本ブース来場者数: 6, 500人

カナダ				
平成25年 10月25日 ～27日	モントリオール	Salon International Tourisme Voyages	一般・旅行 業界	・来場者数:33,000人 ・日本ブース共同出展者数:16社 ・日本ブース来場者数:6,600人
平成26年 2月21日 ～23日	トロント	The Outdoor Adventure Show Toronto	一般・旅行 業界	・来場者数:30,000人 ・日本ブース共同出展者数:6社 ・日本ブース来場者数:4,000人
英国				
平成25年 10月30日 ～11月3日	ロンドン	Ski & Snowboard Show 2013	一般	・来場者数:33,479人 ・日本ブース共同出展者数:3社 ・日本ブース来場者数:4,560人
平成25年 11月4日 ～7日	ロンドン	World Travel Market (WTM) 2013	旅行業界	・来場者数:50,000人 ・日本ブース共同出展者数:13社 ・日本ブース来場者数:約3,500人
フランス				
平成25年 7月4日 ～7日	パリ	Japan Expo 2013	一般	・来場者数:232,877人 ・日本ブース共同出展者数:なし
平成25年 11月8日 ～11日	コルマール (アルザス)	SITV 2013	一般	・来場者数:31,135人 ・日本ブース共同出展者数:2社
平成26年 3月20日 ～23日	パリ	MAP (Le Monde à Paris) 2014	一般	・来場者数:102,335人 ・日本ブース共同出展者数:9社
ドイツ				
平成26年 1月11日 ～19日	シュトゥットガルト	CMT 2014	一般	・来場者数:241,000人 ・日本ブース共同出展者数:6社 ・日本ブース来場者数:3,350人
平成26年 3月5日 ～9日	ベルリン	ITB Berlin 2014	一般・旅行 業界	・来場者数:174,000人 ・日本ブース共同出展者数:15社

イタリア				
平成25年 10月17日 ～19日	リミニ	TTG Incontri 2013	旅行業界	・来場者数:51,192人 ・日本ブース共同出展者数:4社
平成26年 2月13日 ～15日	ミラノ	BIT (Bolsa International del Turismo) 2014	一般・旅行 業界	・来場者数:62,170人 ・日本ブース共同出展者数:14社
スペイン				
平成26年 1月22日 ～26日	マドリード	FITUR (Feria Internacional del Turismo) 2014	一般・旅行 業界	・来場者数:217,780人 ・日本ブース共同出展者数:10社
ロシア				
平成25年 10月10日 ～12日	サンクトペテル ブルグ	International Travel Trade Fair (INWETEX-CIS Travel Market 2013)	一般・旅行 業界	・来場者数:6,935人 ・日本ブース共同出展者数:5社 ・日本ブース来場者数:2,945人
平成26年 3月19日 ～22日	モスクワ	MITT(モスクワ国際 旅行観光見本市)	一般・旅行 業界	・来場者数:73,765人 ・日本ブース共同出展者数:12社 ・日本ブース来場者数:4,512人
スウェーデン				
平成26年 3月20日 ～23日	ヨーテボリ	TUR 2014	一般・旅行 業界	・来場者数:60,000人 ・日本ブース共同出展者数:2社 ・日本ブース来場者数:6,700人

② 有力旅行会社キーパーソンの日本への招請

主要市場の有力旅行会社の企画担当者を、日本招請または一部支援し、観光地の視察をしてもらうことで、新しい観光魅力を取り入れたツアーの新規開発やツアールート改善を促進した。平成25年度は、60件の招請事業を実施し、20ヶ国・地域より延べ1,455人のキーパーソン等が機構の支援により訪日視察を行った。

【平成25年度に実施した招請事業の例】

- 日本ASEAN友好協力40周年記念事業として東南アジアからの招請事業を実施訪日ツアー造成と訪日外国人旅行者数の拡大を図るため、日本ASEAN友好協力40周年記念事業として、東南アジア6ヶ国(タイ・シンガポール・インドネシア・マレーシア・ベトナム・フィリピン)の旅行会社の商品造

成担当者等を招請した。5月11日～16日にかけて、設定された合計9本のコースへ参加した海外バイヤー120社に対して、観光地等の情報を提供するとともに地元関係者との意見交換会等を実施した。

(参考)招請コース一覧

Route-1: 北海道 4泊6日コース(旭川、網走、知床、釧路、帯広)

Route-2: 北海道・東京 5泊6日コース(札幌、旭川、富良野、余市、大沼、函館、墨田)

Route-3: 北海道・東北 4泊6日コース(小樽、札幌、函館、弘前、鹿角、平泉、松島、仙台)

Route-4: 関東 4泊6日コース(成田、佐原、鴨川、木更津、富津、川崎、横浜、富岡、水上)

Route-5: 東京・中部 4泊6日コース(墨田、松本、高山、白川郷、立山)

Route-6: 中部 4泊6日コース(名古屋、郡上、高山、白川郷、立山)

Route-7: 中国・四国 4泊6日コース(広島、宮島、松山、高知)

Route-8: 九州・中国・四国 4泊6日コース(阿蘇、別府、福岡、宮島、広島、尾道、松山)

Route-9: 九州 4泊6日コース(福岡、杵築、湯布院、別府、阿蘇、熊本、鹿児島)

➤ ドイツで旅行会社招請事業を実施

平成26年2月に、冬の訪日商品の造成を目的とした視察旅行を東京、京都、直島、広島のコースで実施し、6社が参加した。アジア旅行を専門にしている旅行会社等、日本行きの扱が多い旅行会社を中心に参加者の選定を行ったため、今後のツアーの新規造成及び販売増が期待できる。

➤ 中国で旅行会社販売担当者招請事業を実施

平成25年6～8月に、中国11都市45社の旅行会社が参加して、訪日旅行商品セールスコンテストを開催した。参加各社のセールス成績上位者70人(北海道+東京視察35人、沖縄+東京視察35人)を訪日視察旅行に招請し、東京で表彰式を行った。大手旅行会社のセールス成績優秀な販売員を招請し、実際の日本の魅力を体験してもらったため、今後の訪日ツアーの販売増が期待できる。

③ 商談会の開催

海外の主要市場において、日本の地方公共団体、観光事業者と海外現地の旅行会社等を対象とした商談会を企画・開催し、国内の関係者と海外現地の関係者の適切なマッチングを行うとともに、具体的な商談を行う場を提供した。

【平成25年度に出展した主な旅行商談会(海外)】

日程	開催国・開催地	商談会名	実績
平成25年 5月29日	韓国・ソウル	2013 Visit Japan 韓国市場商談 会 in ソウル	・韓国国際観光展(KOTFA2013)に参加する日本側 出展者等と、韓国の旅行会社等を対象とした旅行商談 会をソウル市内のホテルで開催。 ・日本側参加団体:36団体・企業 ・韓国側参加団体:71団体・企業
平成25年 9月5日	韓国・釜山	2013 Visit Japan 韓国市場商談 会 in 釜山	・釜山国際観光展(BITF2013)に参加する日本側出展 者等と、韓国の旅行会社等を対象とした旅行商談会を 釜山市内のホテルで開催。 ・日本側参加団体:35団体・企業 ・韓国側参加団体:46団体・企業
平成25年 9月9日～ 11日	マレーシア・ コタキナバル、 クアラルンプール、 ペナンの3 都市	2013 Visit Japan Travel Trade Meet in Malaysia	・日本の地方自治体、宿泊施設、観光関連団体と、訪日 を扱う旅行会社、ランド社、メディア関係者、学校関係者 (クアラルンプール)を対象として、教育旅行セミナー・商 談会を実施。 【日本側】 ・コタキナバル:19団体 ・クアラルンプール:36団体 ・ペナン:14団体 【マレーシア側】 ・コタキナバル:18団体 ・クアラルンプール:49団体 ・ペナン:23団体
平成25年 9月10日～ 12日	アメリカ・ ラスベガス	Luxury Travel Exchange	・富裕層顧客向けに旅行手配を行うトラベルエージェント を対象とした業界向け旅行展示会に参加し、商談を行う と共に、共同出展者と共に訪日旅行セミナーを開催し た。 ・来場者数:900人 ・日本側参加団体:10団体(JNTO 含む) ・総商談数:251件 ・セミナー参加者数:180人

平成25年 10月5日～ 8日	アメリカ・ ラスベガス	World Routes 2013	<ul style="list-style-type: none"> ・日本への新規路線の誘致・既存路線の増便について、世界の航空会社の路線計画担当者と商談を行った。 ・参加団体、企業：航空会社268社、空港392社、観光団体109団体、その他155社(メディア・メーカー等)
平成25年 10月19日	台湾・台北	2013 台北国際 旅行博商談会	<ul style="list-style-type: none"> ・台北国際旅行博(ITF)に出展する日本側出展者等と共同で、台湾の旅行会社等を対象とした旅行商談会を台北市内で開催。
平成25年 10月5日～ 8日	アメリカ・ ラスベガス	World Routes 2013	<ul style="list-style-type: none"> ・日本への新規路線の誘致・既存路線の増便について、世界の航空会社の路線計画担当者と商談を行った。
平成26年 3月24日	インドネシア・ ジャカルタ	2014 Visit Japan Travel Trade Meet in Japan	<ul style="list-style-type: none"> ・インドネシアにおいて開催される旅行博Astindoの時期に合わせて、旅行関係者等を対象とした訪日旅行セミナー・商談会を実施。 ・日本側出展者：7団体
平成26年 1月16日	シンガポール	企業インセンテ ィブセミナー	<ul style="list-style-type: none"> ・インセンティブ旅行に特化したセミナー・商談会を開催。 ・日本側参加者：17団体 ・現地参加者：91人
平成26年 1月17日	シンガポール	教育セミナー	<ul style="list-style-type: none"> ・教育旅行に特化したセミナー・商談会を開催。 ・日本側参加者：9団体 ・現地参加者：95人
平成26年 3月10日～ 13日	アメリカ・ マイアミ	Shipping Cruise Miami	<ul style="list-style-type: none"> ・日本への新規路線の誘致・既存路線の増便について、世界の船会社の路線計画担当者と商談を行った。 ・日本側参加団体、企業：30人 ・商談した船社：11社20人

平成25年 5月20日、 27日	豪州・ メルボルン、 シドニー	JAPAN Snow & Adventure Seminar 2013	・スキー & アドベンチャー型の訪日ツアー造成・販売の 促進を目的としたセミナー・商談会を開催。 メルボルン ・旅行会社参加者：70人 ・日本側参加者：14人 シドニー ・旅行会社参加者：115人 ・日本側参加者：46人
------------------------	-----------------------	---	---

(2) 訪日旅行商品販売支援

現地有力旅行会社との共同広告を実施し、訪日旅行商品の需要喚起を促したほか、旅行会社による販売を支援するため、旅行会社等のスタッフを対象とした研修・セミナーの実施や、訪日旅行販売担当者のスキルアップを目的とするJTS(Japan Travel Specialist)育成事業、一般消費者向け旅行商品販促イベント等を行った。平成25年度の主な事業実績は以下のとおり。

① 旅行会社等との共同広告

旅行会社等と共同で新聞、雑誌、ウェブサイト等に広告を掲出し、訪日旅行の需要喚起と訪日旅行商品の販売促進を行った。

【平成25年度に実施した共同広告の例】

➤ タイで査証免除を契機とした共同広告を実施

平成25年7月1日から査証免除となったことを受けて、「祝・査証免除記念」のロゴをいれた現地旅行会社との共同広告を実施した。査証免除を謳うことにより、さらなる訪日旅行意欲を喚起し、これまでも好調だったタイからの訪日客数のさらなる増加につなげた。

➤ 韓国で旅行会社等との訪日旅行販売促進事業を実施

訪日外客数1,000万人達成に向け、平成25年10月～12月までの3ヶ月間、西日本商品や格安商品を前面に出して大手旅行会社等との大々的なタイアップを実施。訪日商品割引キャンペーンや、JATA・運輸局等の協力を得て訪日旅行者への特典提供・旅行商品の販売広告等を実施し、15,249人の送客につなげた。

➤ マレーシアでエアアジア X と査証免除に関する共同広告を実施

平成25年7月1日からの査証免除開始に伴い、7月1日～5日に、エアアジア X と共同で、新聞及びラジオでの査証免除を告知する広告を行った。また、エアアジア X は査証免除の特別企画として、7月1日～7日までの期間限定で、クアラルンプールー羽田便及びクアラルンプールー関空便の航

空券を269マレーシアリングットというプロモーション料金で発売し、約2,900枚が販売された。

➤ 米国市場における個人旅行者をターゲットとした春夏の送客強化キャンペーンの実施

平成25年度春夏の送客を図るべく、平成25年3月中旬に西海岸地区の消費者をターゲットとして現地主要紙「ロサンゼルス・タイムズ」と「サンフランシスコ・クロニクル」への広告掲載と、春夏の訪日旅行スペシャルパッケージ紹介サイト設置による旅行商品販促PRを行った。新聞広告では商品サイトのURLをスペシャルブッキングサイトとして掲載。サイト上では3月31日を申し込み締め切りとした事業パートナー18社の特別商品を紹介し、FIT(個人旅行)層の春の駆け込み需要の取り込みと夏の訪日旅行促進を図った。

➤ フランスで航空会社と共同広告を実施

平成25年6月の「日仏間観光協力に関する共同声明」調印にあわせて、フランス観光開発機構(Atout France)と作成した日・仏共同ビジュアルを使用し、平成25年10月21日～27日にかけてエールフランス航空と共同で、4mx3mの大型パネル計150枚を地下鉄駅構内に掲出したほか、オンライン広告を実施し、集中的な露出・訪日誘客を行った。

➤ 豪州で旅行会社との共同広告を実施

共同広告事業の一環として、NSW(ニューサウスウェルズ)州で発行されている一般紙Sydney Morning Herald及びVIC(ヴィクトリア)州で発行されているThe Ageで12ページにわたる日本特集号を掲載した。同紙では、訪日商品を取り扱っている旅行会社6社の広告を掲載し、記事に合わせ、訪日旅行の需要拡大を図った。

② 研修・セミナーの実施

海外において現地旅行会社等を対象に、訪日旅行の基本情報や新たな観光素材を発信するセミナーを実施した。平成25年度は、96件のセミナーを実施し、延べ5,348人が参加した。

【平成25年度に実施した研修・セミナーの例】

➤ 台湾では平成25年12月及び平成26年3月に、台北・台中・高雄の3都市にて、現地旅行会社向けの勉強会を開催した。旅行会社約300人に対して、バスなどの訪日旅行手配や商品企画についての説明を行い、適切な旅行手配や高付加価値の旅行商品造成を促した。

➤ 豪州では平成25年7月23日に、ゴールドコーストにて事業パートナー(日本側自治体)8団体と共同で、現地日本語教師と教育旅行取扱旅行会社社員合計85人を対象にしたセミナーを主催した。前半は各自治体からのプレゼンテーションを実施、後半は日本語教師や旅行会社社員など参加者とのネットワーキングセッションを実施し、受入自治体の情報提供や訪日旅行に必要な情報の提供を行い、訪日旅行商品の販売支援を行った。

③ JTS (Japan Travel Specialist) 育成事業

現地旅行会社のコンサルティング能力の向上と訪日旅行商品の販売促進を目的に、訪日旅行の販売のために必要な知識をウェブサイト上で学習できるEラーニングシステムを運営し、訪日旅行専門家:JTS (Japan Travel Specialist) の育成を行った。

<中国>

平成25年度に開講した「訪日旅行スペシャリスト育成Eラーニング」において、訪日旅行基礎知識の習得を目的として、432人が受講し、うち357人が訪日旅行スペシャリスト(JTS)として認定を受けた。また、認定者のうち成績優秀者70人を選定し、ゴールデンルートの視察旅行に招請した。

<米国>

訪日旅行商品を販売する旅行会社(リテラーエージェント)を対象に、日本各地の観光情報・トピックス、顧客に対するセールスポイント等に関する知識の習得を目的としたEラーニング「Japan Travel Specialist (JTS)」事業を実施した。平成25年度は新たに925人の新規登録を獲得し、平成26年3月末までに合計2,844人をJTSとして認定した。

<英国>

旅行会社社員が訪日旅行商品販売にかかわる知識を身につけ、旅行商品の円滑な販売を促進するために、Eラーニング事業を実施した。平成25年度末までに、受講者が788人、うち457人がJTSに認定された。

<フランス>

フランスのEラーニング事業では、基礎情報、ゴールデンルートに関する初級に加え、地方に特化した中級コースによって構成されたEラーニングを実施し、平成25年度末までに3,231人の受講と、修了した296人のJTS認定を行った。

<ドイツ>

ドイツでは、平成23年度末に旅行業界誌FVWが実施するEラーニングシステムに開設した新しいプラットフォームを利用したEラーニング事業を実施した。平成25年度の受講者は582人、修了者481人をJTSとして認定した。

<豪州>

豪州では平成25年8月に訪日旅行商品を取り扱う旅行会社を対象にイントラネットを活用したEラーニングを実施した。約3,000店舗以上の11,200人の旅行コンサルタント向けに訪日に関する基本情報を配信し、512人が受講し、257人が修了した。

<カナダ>

カナダでは、訪日旅行商品を扱う旅行会社の社員を中心に、訪日旅行に関する知識の習得を目的として英語と仏語の2言語でEラーニングを実施しており、新たに195人が受講・128人が認定された。(英語受講135人・認定98人、フランス語受講60人・認定30人)

(3) 一般消費者向け旅行商品販促イベント

旅行会社と共同で、一般消費者を対象にしたイベントを開催し、訪日旅行に関する情報提供及び、事業パートナーによる訪日旅行商品の販売促進を行った。

<中国>

中国上海のショッピングセンター龍之夢において、12月9日～15日の期間、上海の一般消費者に訪日観光魅力をPRするイベント「精彩無限 日本旅遊節」を開催した。訪日観光相談カウンター、九州・沖縄観光PRブース、旅行会社5社による訪日旅行商品相談コーナーを設置し、ステージイベントや抽選会を実施した。来場者数は約3万人で、旅行会社5社の訪日旅行商品販売数は29件、具体的な質問等を伴った有望な相談件数は660件となった。

その他にも、以下4件の一般消費者向けイベントを開催した。

- 日本旅遊展(北京): 旅行会社2社参加
- 南湖国旅販促イベント(広州): 旅行会社1社参加
- 伊勢丹ジャパンウィーク(上海): 旅行会社5社参加
- Ctrip顧客販促イベント(上海): 旅行会社1社参加

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

- 平成26年2月14日～16日、フィリピン・マニラにおいて開催された「Travel Tour Expo 2014」において、日本ブースは、日本のイメージとして定着している“桜”を中心とした装飾で来場者の注目を集め、主催者より最優秀ブースデザイン賞を獲得した。
- 平成26年3月5日～9日、ドイツ・ベルリンにて開催されたベルリン国際観光展(ITBベルリン)において、Go Asia社主催のドイツの旅行会社369社を対象にしたアンケートに基づく表彰で、アジア一の政府観光局を選ぶ「Best Tourism Board Asia」において、機構フランクフルト事務所が1位に選ばれた。
- 平成25年9月～12月にかけて、訪日旅行1,000万人を達成するため、ラストスパート事業として韓国・香港・台湾・欧州等の市場において航空会社や旅行会社との共同広告を実施したほか、訪日需要が回復し始めた中国市場において旅行会社と訪日旅行の販売促進イベントを実施するなど、直接一般消費者にアピールしたことにより、平成25年訪日旅行1,000万人達成に貢献した。

【ラストスパート事業の例】

＜航空会社等との広告宣伝(平成25年10月～12月、台湾)＞

主要航空会社5社程度と、就航路線及び関連旅行商品についての共同広告を実施し、4万人規模の送客効果があった。

＜旅行会社との共同広告(平成25年9月15日～12月31日、香港)＞

香港における旅行会社18社と販促商品を造成し、新聞・雑誌等で共同広告を実施した。当初、秋～春にかけての実施を予定していたが、秋・冬に集中することで、4万人規模の送客効果があった。

＜カナダにおける航空会社との共同広告事業(平成25年9月～12月、カナダ)＞

エア・カナダから特別キャンペーン料金の提供を受け、主要紙であるMETRO、SUN、Herald、Star及びオンライン媒体のTRAVORA、Trip Adviserにて共同広告を実施し、1,000人規模の送客効果があった。

(2)国内受入体制整備支援業務

>① 観光案内所の整備支援業務<

【中期目標】

訪日外国人旅行者の利便性・満足度を向上させるため、国内における受入環境整備として、外国人観光案内所の認定・支援を行い、案内所の更なる質の向上・質の担保を図る。支援の実施に当たっては、認定案内所からの評価を定量的に把握し、相当程度の評価を得るものとする。機構が運営するツーリスト・インフォメーション・センター(以下「TIC」という。)については、機構がこれまでに培ってきたネットワークや手法に基づき、民間のノウハウを取り入れた効果的な運営を行うとともに案内所支援業務の中核として全国の案内所との連携を強化する。運営にあたっては、ウェブを活用した情報提供コンテンツを創設するとともに、TICにおいて対面、電話またはウェブによって情報提供を行う機会を増加させる。また、立地や他の外国人観光案内所との連携方法等を含め、現行の在り方を利用者視点に立って見直す。

通訳案内士試験の代行業務については、通訳案内士試験の受験手数料収入で試験業務経費を償うことができず赤字化している現状を踏まえ、その原因を分析した上で、受験者数の予測を行い、試験実施方法の見直し等による試験事務の更なる効率化を実施し、あわせて、受験者数の増大を図ることにより、可能な限り早期に、本試験事務の収支が償う状態とする。

【中期計画】

訪日外国人旅行者の国内受入環境整備を推進するため、外国人観光案内所の認定・支援を行い、ボランティアガイドの活用も視野に入れつつ、外国人観光案内所の更なる質の向上・質の担保を図る。支援の実施に当たっては、外国人旅行者の動向や認定案内所のニーズを踏まえ、支援の充実を図ることとする。

ツーリスト・インフォメーション・センター(以下「TIC」という。)については、機構がこれまでに培ってきたネットワークや手法に基づき、民間のノウハウを取り入れた効果的な運営を行うとともに、案内所支援業務の中核として全国の案内所との連携を強化する。運営に当たっては、ウェブを活用した情報提供コンテンツを創設するとともに、海外事務所等を通じたTICの広報の強化を行い、対面、電話またはウェブによって情報提供を行う機会を増加させる。また、立地や他の外国人観光案内所との連携方法等を含め、現行の在り方を利用者視点に立って見直す。

数値目標

外国人観光案内所に対する調査において、機構からの支援サービスの評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。

中期目標期間中に、TICによる情報提供件数を年間12万件とする。

【年度計画】

訪日外国人旅行者の国内受入環境整備を推進するため、外国人観光案内所の認定・支援を行い、ボランティアガイドの活用も視野に入れつつ、外国人観光案内所の更なる質の向上・質の担保を図る。平成25年度は、地方運輸局と連携して新たに認定案内所実態調査を行うほか、認定観光案内所専用サイトを立ち上げる。支援の実施に当たっては、外国人旅行者の動向や認定案内所のニーズを踏まえ、支援

の充実を図ることとする。

ツーリスト・インフォメーション・センター(以下「TIC」という。)については、機構がこれまでに培ってきたネットワークや手法に基づき、民間のノウハウを取り入れた効果的な運営を行うとともに、案内所支援業務の中核として全国の案内所との連携を強化する。具体的にはTICと認定案内所(特に拠点案内所)との相互案内に取り組む。また、ウェブを活用した情報提供コンテンツを創設するとともに、海外事務所等を通じたTICの広報の強化を行い、対面、電話またはウェブによって情報提供を行う機会を増加させる。また、立地や他の外国人観光案内所との連携方法等を含め、現行の在り方を利用者視点に立って見直す。

数値目標

外国人観光案内所に対する調査において、機構からの支援サービスの評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。

TICによる情報提供件数を6万3,000件とする。

年度計画における目標設定の考え方

外国人観光案内所に対し機構のサービスの満足度に関する調査を行い、支援の質を高めていく。

世界的なICTの技術革新にともなう訪日外国人旅行者の情報収集環境の変化に鑑み、TICでの情報提供方法についても、従来の対面や電話の直接対応に加え、ウェブサイトでの情報提供を強化する。その成果指標としてTIC作成資料のダウンロード件数を設定し、平成25年度の目標値を対面・電話での情報提供と同水準の3万件とし、対面・電話での情報提供件数と合わせて、TICによる情報提供件数を6万3,000件とすることを平成25年度の目標とする。

実績値と取組状況

数値目標の達成状況

【機構からの情報提供に対する評価】

外国人観光案内所に対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合は95.2%となり、目標である7割以上を大きく上回った。

	ブロック別 研修会(中国)	ブロック別 研修会(四国)	認定案内所 研修会	平均評価
大変役立った	23.5%	27.4%	69.5%	95.2%
役立った	70.6%	68.4%	24.8%	
あまり役立たなかった	5.9%	4.2%	3.3%	4.0%
全く役立たなかった	0.0%	0.0%	0.6%	0.2%
未回答	—	—	1.8%	0.6%

【TICによる情報提供件数】

平成25年度のTICによる情報提供件数は、16万6,992件となり、目標値の6万3,000件を大きく上回った。

	平成25年度数値目標	平成25年度実績	達成率
対面・電話による 情報提供件数※	33,000件	46,461件	140.8%
ウェブによる情報提供件数	30,000件	120,531件	401.8%
TICによる情報提供件数	63,000件	166,992件	265.1%

※手紙による情報提供件数も含む

実績が目標を大きく上回った主な要因としては、積極的な広報活動による認知度向上により、来訪、電話による情報提供件数が増加したことに加え、新設したウェブコンテンツのダウンロード数が想定以上の伸びを示したことが挙げられる。

取組状況

(1) 外国人観光案内所の認定・支援

観光庁が定めた「外国人観光案内所の設置・運営のあり方の指針」(平成24年1月)に基づき、新たに27ヶ所の案内所の新規認定等の結果、平成25年度末の認定案内所数は366ヶ所となった。

【参考資料13 全国の認定外国人観光案内所数(都道府県・カテゴリー別)】

また、2ヶ所の案内所のカテゴリー変更を認定するとともに、以下の取組を通じて、外国人観光案内所の更なる質の向上・質の担保を図った。

➤ 認定案内所実態調査の実施

観光庁及び地方運輸局等と合同で北海道、東北、北陸信越、中部、近畿及び沖縄の認定案内所計61ヶ所の実態調査を行い、案内業務の状況を確認したほか、課題の把握等を行った。

➤ 認定観光案内所向け情報発信

平成25年度より、認定案内所専用ウェブサイトの運用を開始し、TICの案内事例や受入に関わる法令等について情報を発信するとともに、全国の自治体や認定案内所から外国語のバス時刻表やイベント情報等を収集し、共有した。また、案内業務に役立つ情報をまとめたメールマガジン「ビジット・ジャパン案内所通信」を、認定案内所やその運営主体に計29回配信した。

➤ 認定案内所研修会の実施

新たな取組として、地方・地域単位のブロック別研修会を中国地方(平成25年9月、広島市、27人参加)と四国地方(平成25年12月、高松市、28人参加)において地方運輸局と共同で開催した。

各地の特性やニーズを踏まえた地域密着型の研修内容とし、認定案内所の横断的な連携や情報共有の促進を図った。

平成26年2月に全国の認定案内所を対象とした研修会を2日間の日程で東京にて開催した。1日目はWi-FiやSIMカード等、訪日外国人旅行者からの問い合わせが多い通信分野についての講義や、SIMカードをスマートフォンに挿入し、設定するといった実習、グループに分かれて案内業務に関する課題等について意見交換を行った。2日目は近年大きく成長しているムスリム訪日旅行市場について市場動向や習慣、ハラル対応について講義を行った。

【参考資料14 JNTO 認定外国人観光案内所研修会について】

(2) ツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)による取組

訪日外国人旅行者数全体の増加及び積極的な広報活動によるTIC移転後の認知度向上により、来訪者数の合計は前年度比で109.4%となった。また、情報提供件数については、来訪や電話による照会件数が増加したため、情報提供件数も前年度比でそれぞれ147.4%、130.2%と大きく伸長した。

<TICの来訪者数>

	平成24年度	平成25年度	増加率
来訪者数	20,815人	22,766人	9.4%

<取扱照会件数>

	平成24年度	平成25年度	増加率
来訪による照会件数※1	15,856人	19,198人	21.1%
電話による照会件数※2	1,546件	1,678件	8.5%
手紙による照会件数※3	27件	27件	0%
合計	17,429人/件	20,903人/件	19.9%

※1 来訪者数のうち、実際にカウンターに立ち寄り質問を行った利用者数の合計

※2 入電数の合計

※3 手紙受領件数の合計

<情報提供件数>

	平成24年度	平成25年度	前年度比
来訪による情報提供件数	29,538件	43,542件	47.4%
電話による情報提供件数	2,209件	2,876件	30.2%
手紙による情報提供件数	41件	43件	4.9%
ウェブによる情報提供件数	平成25年度より実績取得	120,531件	—
合計	31,788件	166,992件	—

また、以下の取組を通じて、TICの効率的・効果的運営と全国の案内所との連携の強化を図った。

➤ ウェブを活用した情報提供コンテンツの創設

訪日旅行者向けのTIC作成資料等を紹介する情報提供コンテンツを JNTO サイト内に創設した。JNTOの各言語サイトからのTICページへの誘導を促進する等サイト構成を大幅に見直すことで、今年度の目標であったTIC作成資料のダウンロード数が、目標の3万件を大幅に上回り、12万件を超えた。

➤ 認定案内所への支援サービスの提供

認定案内所に対して電話による多言語(英・中・韓)通訳サービスや電話及びメールでの問い合わせサービスを提供し、認定案内所のリード役としての機能を果たした。

➤ TICの広報強化

定期的な連絡会の開催、共同でのチラシの作成・配布等を通じて、東京駅周辺に立地する認定観光案内所と連携して広報を強化するとともに、相互送客を図った。また、海外事務所を通じて各種メディアを通じたTICの広報強化を行った。

➤ 民間のノウハウを取り入れた運営

TICの運営を受託する民間事業者が、文化体験や地域連動イベントなどを実施する施設としてTICの上階で営業する「marunouchi cafe SEEK」を活用し、TIC利用者に着物、習字、折り紙等の文化体験を無料で提供した。特に雨天時や小さな子どもを連れた利用者からは、日本滞在の時間を有意義に過ごすことができた、高い評価を得た。また、季節のイベント情報をJNTOが運営するFacebookにて告知することで、文化体験をきっかけにTICを知る利用者が増え、TICの来訪者増加につながった。

➤ 認定案内所の在り方に関する検討会の設置

平成25年12月に事業連携推進部内に「認定案内所の在り方に関する検討会」を設置し、立地や他の認定観光案内所との連携方法等を含めて、TICの今後のあり方についての検討を開始した。

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

➤ 訪日旅行中の通信環境の整備

外国人旅行者が簡便に利用できるWi-Fi環境の整備が望まれている状況に鑑み、認定案内所向けのメールマガジンや研修会等の機会を捉えて、最新情報の提供等、環境整備に資する取組を行った。全国の認定案内所を対象とする研修会で訪日旅行中の通信環境に関する講義や実習を

行い、関係者・事業パートナーの知識やスキルの習得・向上を支援した。さらに、NTT東日本と連携し、TICにおける外客向け無料Wi-Fiカードの配布を開始した。

➤ 善意通訳制度の普及

ボランティアガイドの活用も視野に入れつつ、善意通訳制度の普及や表彰の実施、活用促進に向けて認定案内所や地方公共団体等と連携を図った。

>② 通訳案内士試験業務<

【中期目標】

訪日外国人旅行者の利便性・満足度を向上させるため、国内における受入環境整備として、外国人観光案内所の認定・支援を行い、案内所の更なる質の向上・質の担保を図る。支援の実施に当たっては、認定案内所からの評価を定量的に把握し、相当程度の評価を得るものとする。機構が運営するツーリスト・インフォメーション・センター(以下「TIC」という。)については、機構がこれまでに培ってきたネットワークや手法に基づき、民間のノウハウを取り入れた効果的な運営を行うとともに案内所支援業務の中核として全国の案内所との連携を強化する。運営にあたっては、ウェブを活用した情報提供コンテンツを創設するとともに、TICにおいて対面、電話またはウェブによって情報提供を行う機会を増加させる。また、立地や他の外国人観光案内所との連携方法等を含め、現行の在り方を利用者視点に立って見直す。

通訳案内士試験の代行業務については、通訳案内士試験の受験手数料収入で試験業務経費を償うことができず赤字化している現状を踏まえ、その原因を分析した上で、受験者数の予測を行い、試験実施方法の見直し等による試験事務の更なる効率化を実施し、あわせて、受験者数の増大を図ることにより、可能な限り早期に、本試験事務の収支が償う状態とする。

【中期計画】

通訳案内士法に基づき、通訳案内士試験の実施に関する事務を行う。通訳案内士試験の受験手数料収入で試験業務経費を償うことができず赤字化している現状を踏まえ、その原因を分析した上で、受験者数の予測を行い、会場費の削減等試験実施方法の見直し等による試験事務の更なる効率化を実施し、あわせて、広報強化等により受験者数の増大を図ることにより、本試験事務の収支が償う状態とする。

【年度計画】

通訳案内士法に基づき、通訳案内士試験の実施に関する事務を行う。通訳案内士試験の受験手数料収入で試験業務経費を償うことができず赤字化している現状を踏まえ、その原因を分析した上で、受験者数の予測を行い、会場費の削減等試験実施方法等の見直し等による試験事務の更なる効率化を実施し、あわせて、広報強化等により受験者数の増大を図ることにより、本試験事務の収支が償う状態とする。具体的には、低廉な会場の利用により経費の削減を図るとともに、ソーシャルメディア等を活用した通訳案内士試験の広報・周知の強化を通じて受験者の増大を図りつつ、準会場設置の働きかけを行い、受験者の増大及び経費の削減に取り組む。

年度計画における目標設定の考え方

外国人観光旅客の受入体制の確保のため、国土交通省が策定した「通訳案内士試験ガイドライン」に従い、試験事務代行機関として試験事務を適正かつ円滑に実施するとともに、通訳案内士試験の受験手数料収入で試験業務経費を償うことができず赤字化している現状を踏まえ、本試験事務の収支が償う状態とすべく、試験事務の更なる効率化を実施し、あわせて、広報強化等により受験者数の増大を図ることとした。

当該年度における取組

「通訳案内士試験ガイドライン」に基づき、試験事務の公正性等を確保しつつ、試験事務を代行した。また、以下の取組を通じて、試験実施方法等の見直し等による試験事務の更なる効率化と広報強化等による受験者増を図った。

<試験事務の効率化>

昨年度までの取組に加えて、平成25年度は新たに以下の取組を行った。

- 東京における試験実施会場の統合による運営の効率化
- 語学試験(英語)におけるマークシート方式採用に伴う問題作成業務、採点業務の効率化

<広報・周知の強化>

昨年度までの取組に加えて、平成25年度は新たに以下の取組を行った。

- 通訳案内士試験公式Facebookを開設し、試験情報や通訳案内士の魅力等についての広報を行った。
- 新たに導入された仏・独・中・ハンガルの語学検定1級取得者を対象とする外国語の筆記試験の免除、大学入試センター試験の高得点者を対象とする一般常識試験及び歴史試験の免除についての積極的な広報を通じた受験者の拡大を図った。具体的には、Facebook・ウェブサイトを通じた告知、各語学検定試験会場での通訳案内士試験周知チラシ配布等を実施した。
- 日本観光協会主催の通訳ガイドサービス体験デーの実施(平成25年5月20日)にあたり、報道発表の実施、Facebook・ウェブサイトを通じた告知等を通じて協力した。

上記の取組に加え、一定数の受験者確保を条件に学校等に試験会場を設置する「準会場」を導入した。平成25年度は3ヶ所の準会場を設置し、57人が受験した。

また、地域限定通訳案内士試験を実施する沖縄県に対して、外国語筆記試験問題の提供等の支援を行った。

【参考資料15 平成25年度通訳案内士試験実施概要】

結果として、平成25年度の出願者数は延べ5,535人(前年比309人減)、受験手数料収入は48,154,500円となったのに対し、試験業務経費は66,869,984円となり、収支は18,715,484円の赤字となった。収支が償う状態には至らなかったものの、出願者数の減少幅は、平成20年度以降で最も小さい309人(平成24年度:496人、平成23年度:2,028人)となった。

(3) 国際会議等の誘致・開催支援業務

>① 国際会議等の誘致支援業務<

>② 国際会議の開催支援業務<

【中期目標】

我が国のMICE(Meeting, Incentive Travel, Convention, Exhibition/Event の総称)分野の国際競争力を強化するため、海外においては各種MICE関連団体等との国際ネットワークの充実を図るとともに、世界のMICE市場の動向及び競合する都市や団体による誘致活動に関する情報の収集力を強化し、今後の市場トレンドの分析や課題の整理・解決に向けた取組を実施する。また、大学・産業界等国内主催者との一層の関係強化・支援強化に取り組むとともに、国内外において新規案件を発掘する機能を拡大する。これらを始めとした各種マーケティング活動の強化を通じて、従来からのMICE誘致・開催支援業務を強化するとともに、地方自治体、コンベンションビューロー等の誘致主体のマーケティング戦略の高度化と戦略に基づく誘致活動の着実な実施に向けた支援を行う。

これらの活動強化を基礎に、我が国のナショナルコンベンションビューローとして、国際会議及びインセンティブ旅行(企業報奨旅行)等のMICE誘致についてさらなる深化を図る。

なお、これらの各種取組に当たっては、成果の最大化の観点から、支援対象等の選択と集中の徹底及び効率的な実施に留意することとする。

【中期計画】

① 国際会議等の誘致支援業務

我が国のナショナルコンベンションビューローとしてのマーケティング機能を強化し、市場分析、誘致対象のターゲティング、ポジショニング等を踏まえた誘致戦略を策定する。関係者のニーズを的確に反映しつつ、従来からのMICE(Meeting, Incentive Travel, Convention, Exhibition/ Event の総称)誘致・開催支援業務を一層充実するとともに、都市・コンベンションビューローの強化のためのコンサルティング機能の拡充を図ることで、我が国のMICE誘致主体のマーケティング戦略の高度化とその着実な実施に対する支援を行う。

また、ICCA(International Congress and Convention Association)を始めとする国際的なMICE関連団体の活動への積極的な参画等による国際ネットワークの充実を図るとともに、海外における市場や会議主催者等の動向及び競合国・都市等の誘致活動に関する情報の収集・分析を強化し、国内の誘致関係者への情報提供を行う。また、国内においては有力な会議主催者等との関係強化や会議誘致への啓蒙活動の充実等により主催者への動機づけを行い、誘致・開催に向けた意欲を高める等、大学・産業界等との一層の関係強化を通じた新規案件発掘機能を拡大する。

あわせて訪日インセンティブ旅行(企業報奨旅行)等の市場分析の強化を通じ、東南アジア、欧米豪等の有望市場からの誘致拡大を図る。

なお、これらの取組に当たり、支援対象等の絞りこみ、効率的な実施に留意する。

② 国際会議の開催支援業務

誘致が決定した国際会議の開催を円滑に進めるため、ノウハウ事例の提供、人材育成、寄附金募集・

交付金交付制度の運営等の事業を実施する。

数値目標

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

【年度計画】

① 国際会議等の誘致支援業務

我が国のナショナルコンベンションビューローとしてのマーケティング機能を強化し、市場分析、誘致対象のターゲティング、ポジショニング等を踏まえた誘致戦略を策定する。関係者のニーズを的確に反映しつつ、従来からのMICE(Meeting, Incentive Travel, Convention, Exhibition/ Event の総称)誘致・開催支援業務を一層充実するとともに、都市・コンベンションビューローの強化のためのコンサルティング機能の拡充を図ることで、我が国のMICE誘致主体のマーケティング戦略の高度化とその着実な実施に対する支援を行う。

また、ICCA(International Congress and Convention Association)を始めとする国際的なMICE関連団体の活動への積極的な参画等による国際ネットワークの充実を図るとともに、海外における市場や会議主催者等の動向及び競合国・都市等の誘致活動に関する情報の収集・分析を強化し、国内の誘致関係者への情報提供を行う。また、国内においては有力な会議主催者等との関係強化や会議誘致への啓蒙活動の充実等により主催者への動機づけを行い、誘致・開催に向けた意欲を高める等、大学・産業界等との一層の関係強化を通じた新規案件発掘機能を拡大する。

あわせて訪日インセンティブ旅行(企業報奨旅行)等の市場分析の強化を通じ、東南アジア、欧米豪等の有望市場からの誘致拡大を図る。

なお、これらの取組に当たり、支援対象等の絞りこみ、効率的な実施に留意する。

具体的には、別添2の業務計画に基づき、業務を推進する。

② 国際会議の開催支援業務

誘致が決定した国際会議の開催を円滑に進めるため、ノウハウ事例の提供、人材育成、寄附金募集・交付金交付制度の運営等の事業を実施する。

数値目標

機構が誘致に成功した国際会議及びインセンティブ旅行への外国人参加者予定数を8万2,700人にする。

年度計画における目標値設定の考え方

第3期中期計画は、機構が誘致に成功した国際会議及びインセンティブ旅行への外国人参加者予定数を数値目標としており、その初年度となる平成25年度は、平成22年度の同参加者数7万8,430人の5.55%増(*)となる8万2,700人を目標値として設定した。

* 5.55%はIMFによる2013年～2017年のアジアのGDP成長率予測の平均値

実績値と取組状況

数値目標の達成状況

機構が誘致に成功した国際会議(67件、対前年比17.5%増)への外国人参加者予定数は3万911人、機構が誘致に成功したインセンティブ旅行(902件、対前年比61.6%増)への外国人参加者予定数は6万1,217人となり、両者を合わせた同予定数は、9万2,128人となり目標を達成した。

数値目標を大幅に達成した主な要因としては、中期計画・年度計画に基づいた誘致支援活動の強化や観光庁と連携して導入した初の試みである「MICEアンバサダープログラム」によるMICEの普及・啓蒙活動を行ったことにより、国内誘致関係者との関係強化を通じた新規案件発掘機能が拡大したこと、また、平成24年度末までにクラウド型セールスデータベースシステムのリニューアルや英語版ウェブサイトの改訂を実施したことにより、情報発信や情報の共有化が進んだことが目標達成に大きく影響したものと考えられる。

取組状況

(1) 国際会議等の誘致支援業務

- ① ナショナルコンベンションビューローとしてのマーケティング機能の強化及び誘致支援業務の充実化
以下の取組を通じて、我が国のナショナルコンベンションビューローとしてのマーケティング機能を強化し、都市・コンベンションビューローの誘致支援業務の充実化を図った。

【マーケティング機能の強化】

- 市場戦略グループの新設
4月に新たに「市場戦略グループ」を設置し、競合国情報の収集や会議情報のリサーチ等を行い、マーケティング機能の強化を図った。
- コンベンションマーケティングレポートの発行
海外MICE業界の最新情報や競合国調査をはじめとする各種調査内容をコンパクトにまとめた「コンベンションマーケティングレポート」を月例で発行し、機構の協賛団体である国際会議観光都市・コンベンション推進機関等のマーケティング戦略の高度化を支援した。
- グローバルMICE戦略都市及び強化都市への支援
観光庁の認定したグローバルMICE戦略都市(東京、横浜、京都、神戸、福岡)及び強化都市(名古屋、大阪)の計7都市の海外におけるブランド力向上のため、欧州の国際会議主催者を主な読者とするHeadquarters誌の記者を招請した都市取材及び記事広告の掲載に協力した。また、同様に上記都市が当該都市のMICE関連事業者との連携を目的に実施したセミナーに講師として出席し、MICE事業の重要性やステークホルダーの連携の在り方等について広報を行った。

- 学術団体等の国際会議開催意向調査

観光庁と共同で、国内の学術関連団体、旅行業界団体等約4,000団体を対象とした国際会議開催意向調査を実施し、日本での開催可能性のある会議の掘り起しを行うとともに、主催者への各種情報提供やコンサルティング業務を行った。
- セールスデータベースの機能拡張

セールスデータベースの機能を拡張し、会議分野、規模、開催頻度等の分析を行い、日本に誘致の可能性がある国際会議をタイムリーに掘り起こし、適切な支援を主催者に提供した。

【誘致支援業務の充実化】

- 観光庁長官、関係省庁大臣、機構理事長名の招請状の発出

会議開催地決定に際し、他国との競合がある会議について、機構理事長名による会議招請状の発行を19件行い、うち15件については観光庁と協力して、会議に関連する省庁の大臣や観光庁長官による会議招請状の発出を行った。その結果、これまで計7件の会議の誘致に成功した。
- 国際会議海外キーパーソン招請事業／Meet Japan 2014（平成26年3月）

国際会議開催地としての日本をアピールし、誘致促進を図るため、開催地決定に影響力のある海外のキーパーソン6人を招請し、国内6都市の視察を行った他、視察都市を含む計9都市との商談会を行った。
- 国際会議キーパーソン個別招請（平成25年5月、6月、平成26年3月）

国際会議の誘致を図るため、誘致活動中の大型国際会議案件4件について、関係する国際団体本部の会長及び事務局長らを日本へ個別に招請し、プレゼンテーションや開催立候補都市の視察等を実施した。その結果、これまで計2件の会議の誘致に成功した。
（視察都市：5月東京2件、6月福岡1件、3月つくば1件）。
- 海外MICEキーパーソン向けニュースレターの発行

海外の国際会議主催者やインセンティブ旅行等を扱うミーティングプランナーに対し、国際会議観光都市の観光情報や支援サービス、見本市出展情報等、日本の最新MICE情報を発信する英文ニュースレターを計6回発行した。
- ② 海外におけるネットワークの拡大・情報収集・分析の強化と国内誘致関係者への情報提供強化

MICE専門展示会への参加、国際的MICE関連団体の活動への積極的参画を通じて海外におけるネットワークの拡大、情報収集・分析を強化し、国内の誘致関係者への情報提供を行った。具体的な取組は以下のとおり。

【海外における商談会及びセミナーの開催】

日程	開催地	旅行博・展示会名	実績
平成25年 4月3日～4日	フランス・ パリ	MEEDEX	・機構による単独出展 ・商談実施件数:23件
平成25年 4月17日～19日	中国・ 上海	IT & CM China 2013	・機構による単独出展 ・商談実施件数:33件
平成25年 5月21日～23日	ドイツ・ フランクフルト	IMEX 2013	・日本ブース共同出展者数:13団体・企業 ・商談実施件数:72件
平成25年 6月26日～27日	韓国・ ソウル	KME 2013	・機構による単独出展 ・商談実施件数:25件
平成25年 6月28日	韓国・ ソウル	韓国国際会議 KP セミナー	・機構独自事業 ・参加者数:22人
平成25年 7月9日～11日	イギリス・ ロンドン	The Meeting Show UK	・機構による単独出展 ・商談実施件数:35件
平成25年 9月2日～4日	中国・ 北京	CIBTM 2013	・日本ブース共同出展者数:7団体・企業 ・商談実施件数:61件
平成25年 10月15日～17日	アメリカ・ ラスベガス	IMEX America	・日本ブース共同出展者数:15団体・企業 ・商談実施件数:39件
平成25年 11月19日～21日	スペイン・ バルセロナ	EIBTM 2013	・日本ブース共同出展者数:11団体・企業 ・商談実施件数:44件
平成26年 2月26日～27日	オーストラリア・ メルボルン	AIME 2014	・日本ブース共同出展者数:7団体・企業 ・商談実施件数:38件
平成26年 3月21日～23日	アメリカ・ ニューヨーク	SMU 2014	・機構による単独出展 ・商談実施件数:21件

【海外におけるネットワークの拡大及び情報収集】

- American Society of Association Executives (ASAE) 総会参加(平成25年8月)
北米を中心とする学術会議主催者や会議専門ミーティングプランナーが所属している同団体が年1回開催する総会であり、各種セミナーとともにトレードショーが開催される。機構は、ダラスで開催された同総会に於いて情報提供ブースを出展し、参加したバイヤーとの情報交換を行い、有力な会議案件の獲得に努めた。

- International Congress & Convention Association (ICCA) 総会参加（平成25年10月～11月）

中国・上海で開催された全世界の観光局、PCO、コンベンション推進機関、主催者等会議関係者が集まるICCA年次総会に参加し、コンベンション業界のトレンドセミナーに参加するとともに各地の関係者と国際会議案件に関する情報交換を行った。

- Professional Convention Management Association (PCMA) 総会参加(平成26年1月)

北米を中心とする学術団体関係のミーティングプランナーやインセンティブプランナー等のバイヤーと関連業界のサプライヤーが所属する組織であるPCMAが、年1回バイヤーとサプライヤーのネットワークを目的に開催する総会に参加した。機構はマサチューセッツ州ボストンで開催された同総会で参加したバイヤーとの情報交換を行い、有力な会議案件の獲得に努めた。

③ 国内誘致関係者の情報提供強化と新規案件発掘機能の拡大

以下の取組を通じて、国内においては有力な会議主催者等との関係強化や会議誘致への啓蒙活動の充実等により主催者への動機づけを行い、誘致・開催に向けた意欲を高める等、大学・産業界等との一層の関係強化を通じた新規案件発掘機能を拡大した。

- 国際会議統計の発行及び国際会議協会(ICCA)、国際団体連合(UIA)等への報告

観光庁と連携し、全国の地方自治体やコンベンション推進機関の協力を得て国際会議開催情報を収集し、国が収集した府省庁の情報とともに取りまとめ、ICCA及びUIAに報告した。

- ウェブサイトを活用した国際会議開催情報の提供

過去に日本で開催された国際会議や、今後日本で開催される国際会議のデータを継続して整備し、検索可能な形式でウェブサイトに掲載した。

- セミナーへの講師派遣及び協議会への参加協力

MICEに関する国及び機構の施策・取組等について講演を行うため、国際会議観光都市、コンベンション推進機関等、国際会議の国内主催者が実施するMICE振興に関するセミナーへ講師を派遣した。また、自治体等が主催するMICE関連協議会等に要望を受け参加し情報提供と国内におけるMICE関係者との関係強化を図った。那覇市、富士吉田市、京都国際会館、京都文化交流コンベンションビューロー、京の雅実行委員会、岐阜観光コンベンション協会、インテックス大阪、JTB栃木支部インバウンド委員会、とくしまコンベンション誘致推進協議会、中部コンベンション連絡協議会、軽井沢リゾート会議都市推進協議会、横浜観光コンベンションビューロー(2件)、横浜市の計14件に参加した。

- JNTOコンベンション協賛都市連絡協議会の開催(平成25年7月)

機構の協賛団体である国際会議観光都市・コンベンション推進機関を対象に、観光庁及び機構が実施するMICEの施策や各種事業の内容や方針を説明するJNTOコンベンション協賛都市連絡協議会を開催し、国内主要関係者への情報提供を行った。
- MICEアンバサダープログラムの開始

学術分野や産業界において強い影響力を有する者に、各分野における「日本の顔」として日本の広報活動や国際会議等の誘致活動に寄与いただくMICEアンバサダープログラムを観光庁主催で開始し、平成25年度は計8人にMICEアンバサダーが委嘱された。機構はアンバサダー候補者の推薦及びアンバサダーの活動支援に協力した。
- IME2013(国際ミーティング・エキスポ)開催時の来場及び商談促進(平成25年12月)

国際会議主催者の来場促進に取り組み、特に、国際会議誘致の鍵となる学協会関係者の来場者確保に貢献し、各都市との商談を促進した。
- 国際会議主催者セミナーの開催(平成25年12月、平成26年3月)

12月のIME2013の開催時期にあわせて国内の学協会関係者、並びに主催者である大学教授等の関係者を招待し、「国際会議誘致及び開催による学会活動の活性化」と題して、MICEアンバサダー2人、国際会議誘致・開催貢献賞受賞者1人によるパネルディスカッションを行うとともに、寄付金募集制度の案内を行った。

また、3月には仙台観光コンベンション協会との共催事業として、東北大学の関係者を対象とした国際会議主催者セミナーを仙台にて開催し、地方の拠点大学との関係を深め新規会議案件の発掘に努めた。
- 国際会議誘致・開催貢献者表彰授賞式(平成25年12月)

国が国家戦略として位置付ける国際会議誘致・開催の意義に関する国民の理解を促進し、国際会議主催者及び都市・推進機関の社会的地位を高めることを目的とした「日本政府観光局(JNTO)国際会議誘致・開催貢献賞」について、12件の受賞会議を決定した。授賞式は、平成25年12月10日に東京国際フォーラムで開催された「第23回国際ミーティング・エキスポ(IME2013)」会場内にて、受賞会議の代表者を迎え実施した。また、MICE専門誌への寄稿や機構のウェブサイトを使用し、受賞者が誘致・開催した国際会議にまつわる実践的なノウハウや経験の紹介等、広く情報共有を行った。

➤ JNTOコンベンションニュースの発行

国際会議の主催者を対象とするメールマガジンで、年4回約3,000人に配信。機構コンベンション協賛都市の最新情報、国際会議の誘致や開催に関するノウハウ、機構が主催者向けに実施する各種事業等を紹介し、同内容はウェブサイトにも掲載した。

➤ 学術関連誌を活用した広報活動

学術会議が発行する「学術の動向」は、国際会議等の開催を検討する研究者、学協会関係者が購読する機関誌であることから、同誌にIMEや海外キーパーソンの招請、MICEアンバサダープログラムを広報するとともに、機構の認知度向上を図った。

④ 訪日インセンティブ旅行の誘致拡大

以下の取組を通じて、訪日インセンティブ旅行の市場分析を強化し、東アジア市場に加えて、東南アジア、欧米豪等の有望市場からの誘致拡大を図った。

【海外キーパーソン招請事業】

➤ インセンティブ旅行キーパーソン・グループ招請（平成25年12月）

インセンティブ旅行の誘致促進を図るため、インセンティブ旅行誘致に意欲的である地方コンベンション都市7都市と連携して、シンガポール、マレーシア、タイ、インドネシア、中国の旅行会社を対象とした視察旅行を実施し、計17人の海外キーパーソンが参加した。また、東京では、これら参加者と国際会議観光都市11都市の商談会を実施した。

【海外における商談会及びセミナーの開催】

➤ 台湾インセンティブセミナー（平成25年6月）

台湾からのインセンティブ旅行や企業ミーティングの誘致促進を図るため、台北においてインセンティブ旅行や海外での会議実施企業並びに現地旅行会社計55社を招待し、訪日インセンティブ旅行の魅力に関する説明会を実施するとともに、日本から参加したコンベンション推進機関6団体との商談会を実施した。

➤ ソウル・釜山インセンティブマート（平成25年10月）

韓国からのインセンティブ旅行や企業ミーティングの誘致促進を図るため、ソウルにおいてインセンティブ旅行や海外での会議実施企業並びに現地旅行会社計24社を、釜山にて27社を招待し、市場説明会を実施するとともに、日本から参加したコンベンション推進機関7団体、5団体とそれぞれ商談を行った。

➤ バンコクインセンティブセミナー（平成26年2月）

バンコクで開催された国際旅行フェア(Thai International Travel Fair(TITF))にあわせて、同見本市に来場するインセンティブ旅行を実施する旅行会社を対象に、訪日インセンティブ旅行をPRするセミナーを主催した。国際会議観光都市、コンベンションビューロー、自治体等5団体がブースを設営し、タイ側旅行会社30社と商談会を実施した。

➤ シドニーMICEセミナー（平成26年3月）

豪州からのインセンティブ旅行や企業会議の誘致促進を図るため、シドニーのインセンティブ旅行専門会社やミーティングプランナー、メディアを対象に、MICEデスティネーションとしての日本を紹介するセミナーを開催した。セミナーでは、日本の魅力を紹介するプレゼンテーションと、バイヤー23社と現地サプライヤー5団体(ホテル、旅行会社)との商談会を実施した。

【その他】

アジアからのインセンティブ旅行に対し、有望であるグループの訪日時には、歓迎バナーを用意した空港での出迎え、歓迎式典での理事による歓迎の挨拶、主催や理事長名による訪日参加者への歓迎レターの発出を実施した。その他、インセンティブ旅行での訪問地コンベンション推進機関と協力し、それぞれの滞在地での歓迎プログラムの提供を手配している。

(2) 国際会議の開催支援業務

① 人材育成

以下の取組を通じて、MICE産業を支える人材育成を行った。

➤ 日本政府観光局(JNTO)MICEセミナー 初級者対象（平成25年5月）

新たにMICE業務の実務担当となった国際会議観光都市及びコンベンション推進機関等の関係者を対象に、国際会議やインセンティブ旅行の誘致業務に関する基礎的な知識を成功事例等を用いて講義し、業務に対する理解を深めてもらうことを目的に実施している研修事業で、平成25年度は、自治体・コンベンションビューロー、旅行業界関係者等より計48人の参加があった。本事業は、国費に加えて、機構のコンベンション協賛都市からの拠出金を活用して実施している事業であることから、コンベンション協賛都市及び当該都市のコンベンション推進機構からの参加者は無料とする一方で、それ以外の団体・企業には有料参加とした。

実施にあたっては、セミナー参加者向けの印刷教材やテキストは作成せず、機構職員が参加者のニーズに即したプレゼンテーション資料等を作成し、業務の効率化を図った。また、機構は自前の研修施設を有していないため、セミナー会場の選定にあたっては、見積もり競争により選定し、経費の縮減に努めた。なお、セミナー後のアンケートでは、8割以上がセミナーの全体内容に満足という結果となった。

➤ 日本政府観光局(JNTO)MICEセミナー 中級者対象(平成25年8月)

機構の協賛団体である国際会議観光都市・コンベンション推進機関やMICEに携わる旅行業界関係者等の職員で実務経験が3年以上ある者を対象に、実践的な誘致のノウハウを有するMICEの専門家を養成するための研修で、平成25年度は計54人の参加があった。内容については、以前に実施したアンケートの結果、英語による情報発信に対するニーズが高かったことから、英語でのプレゼンテーションやセールス、英文ニュースレターの効果的な発信等に関する講義及びグループワークを、外国人講師を活用して行った。

本事業は、初級者研修と同様に、国費に加えて、機構のコンベンション協賛都市からの拠出金を活用して実施している事業であることから、コンベンション協賛都市及び当該都市のコンベンション推進機構からの参加者は無料とする一方で、それ以外の団体・企業には有料参加とした。

実施にあたっては、セミナー参加者向けの印刷教材やテキストは作成せず、機構及び外部講師にて、参加者のニーズに即したセミナーの課題を作成し、参加者が事前課題や当日のワークショップに参加する形とした。また、機構は自前の研修施設を有していないため、セミナー会場の選定にあたっては、見積もり競争により選定し、経費の縮減に努めた。なお、セミナー後のアンケートでは、8割以上がセミナーの全体内容に満足と回答する等、参加者の満足度の高い研修となった。

➤ ICCA研修会 (平成25年12月)

観光庁が国際会議協会(ICCA)より海外のベテラン講師5人を招聘し、コンベンション推進機関、コンベンション施設、コンベンション関連企業等の国際会議誘致活動の実務担当者を対象に、海外の国際会議市場の動向や効果的なビッドペーパー(開催提案書)の作成、効果的な誘致プレゼンテーションの仕方等、より高度な実務に関する研修を行うもので、東京で2日間にわたり実施し38人が参加した。

機構はパネリストの提供、プログラム案へのアドバイス、参加者募集に協力したが、実施にあたっては、講師5人のうち4人を、観光庁が別途実施したシンポジウムのパネリストにする等、業務の効率化を図った。なお、本事業は観光庁事業であるため、機構にて参加費等は収受していない。

② 各種ノウハウ事例の提供

➤ ユニークベニュー開発の取組及び事例の共有

観光庁とともに、都内の美術館・博物館に対して、国際会議のレセプション等、MICEイベントへの施設の開放意向調査を行うとともに、既にユニークベニューとして開放している施設におけるイベントの運営事例や各種ノウハウ、海外の先進事例等を紹介する「ユニークベニューハンドブック」を作成した。

③ 寄附金募集・交付金交付制度の運営

【寄附金募集・交付金交付制度の運営】

- 平成25年度に寄附金募集の協力が決まった国際会議は8件、交付金を交付した国際会議は7件（交付額42百万円）であった。
- PCOの実務担当者及び学会関係者を対象に、制度を利用する場合の申請書類の作成方法、留意点等をテーマに「寄附金募集・交付金交付制度実務研修会」を東京、仙台で実施し、約80人が参加した。

＜寄附金募集・交付金交付制度について＞

機構の寄附金募集・交付金交付制度は、国際会議主催者の開催支援のために、機構が税制優遇措置のある特定公益増進法人として日本での国際会議の開催のための寄附金を受入れ、主催者に対して交付することにより、我が国における国際会議の開催が円滑に行われるよう支援する制度である。

同制度を活用するためには、一定の要件（参加者数概ね200人以上、うち外国人参加者概ね50人以上、参加国概ね10ヶ国以上、開催経費概ね2,500万円以上）を充足し、有識者7人からなる「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。

【その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報】

- 「MICE Japan」等日本のMICE業界専門誌に対し、MICEへの取組に対するアドバイス、国際会議誘致へのケーススタディーの紹介等、積極的に情報や記事を提供し、MICE業界の理解や発展に努めた。
- 観光庁と連携の上、内閣総理大臣、所管大臣、観光庁長官、機構理事長等の招請状の発出、国際本部の有力決定権者の日本視察などを支援し、世界神経学会議（2017年京都開催、7,000人）、国際水協会世界会議（2018年東京開催、8,000人）、国際栄養学会議（2021年東京開催、4,500人）の大型国際会議の誘致に成功した。

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

【中期目標】

「観光立国推進基本計画」(平成24年3月30日閣議決定)等を踏まえ、観光庁との役割分担の下、機構は海外事務所を基盤とした業務へのより一層の重点化を図るべく、経営資源と権限の海外シフトを進める。このため、常勤職員については、国内・海外の比率が 1:1 となるようシフトするとともに、海外事務所長の判断により、活動経費の柔軟な執行ができる仕組みを構築する。あわせて、海外事務所の組織体制を整備するため、民間からの出向者、中途採用者及び現地採用職員の積極的な活用を図る。

職員の意欲向上を図り、組織を活性化させるため、能力と実績に基づく人事評価を行い、これに応じた処遇を行うとともに、能力の啓発に努める。特にプロパー職員については、観光宣伝業務に関するノウハウを着実に蓄積し、機構の中核として担うべき役割を的確に果たすことができるよう、その育成に努める。

海外事務所については、それに係る成果指標に基づき毎年度厳格に評価を行い、事務所数や配置の適正性について市場の動向に即して不断の見直しを行う。

【中期計画】

「観光立国推進基本計画」(平成24年3月30日閣議決定)等を踏まえ、観光庁との役割分担の下、海外事務所を基盤とした業務へのより一層の重点化を図るべく、各海外事務所のこれまでの実績及び各国における訪日旅行に対する需要や海外旅行者数等を参考とした市場の将来性等を踏まえ、経営資源と権限の海外シフトを進める。このため、常勤職員については、中期目標期間中に国内:海外=1:1となるよう、国内における地方自治体、民間企業、国際会議主催者等の国内関係者との連携、組織の統括等の本部機能を維持しつつ、計画的にシフトするものとする。さらに、当該シフトにあわせて、海外事務所長の判断により、活動経費の柔軟な執行ができる仕組みを構築する。これら海外業務への重点化の方策の実施に当たっては、更なる業務の効率化を図り、追加的な国費の投入を生じさせないよう留意する。

海外事務所については、活動内容の実績や市場の将来性等について毎年度厳格に評価を行い、国の外国人観光旅客誘致施策の動向も踏まえつつ、事務所数や配置の適正性、予算や人員等の経営資源の配分等について不断の見直しを行う。

【年度計画】

「観光立国推進基本計画」(平成24年3月30日閣議決定)等を踏まえ、観光庁との役割分担の下、海外事務所を基盤とした業務へのより一層の重点化を図るべく、各海外事務所のこれまでの実績及び各国における訪日旅行に対する需要や海外旅行者数等を参考とした市場の将来性等を踏まえ、計画的に経営資源と権限の海外シフトを進める。

平成25年度は、新たにジャカルタ事務所を新設するとともに、海外事務所の常勤職員等を増員する。また、海外現地の市場動向の変化に応じたマーケティング活動を海外事務所において実施できるよう、海外事務所長の判断で執行可能な経費を配分する。

海外事務所については、活動内容の実績や市場の将来性等について毎年度厳格に評価を行い、国の外国人観光旅客誘致施策の動向も踏まえつつ、事務所数や配置の適正性、予算や人員等の経営資源の配分等について不断の見直しを行う。

年度計画における目標設定の考え方

「観光立国推進基本計画」等を踏まえ、機構に求められる役割を果たすべく、組織運営の効率化を図る。海外事務所については、活動内容や市場の将来性等を踏まえ、厳格な評価を行い、事務所数や配置の適正化、経営資源の配分の見直しを図る。

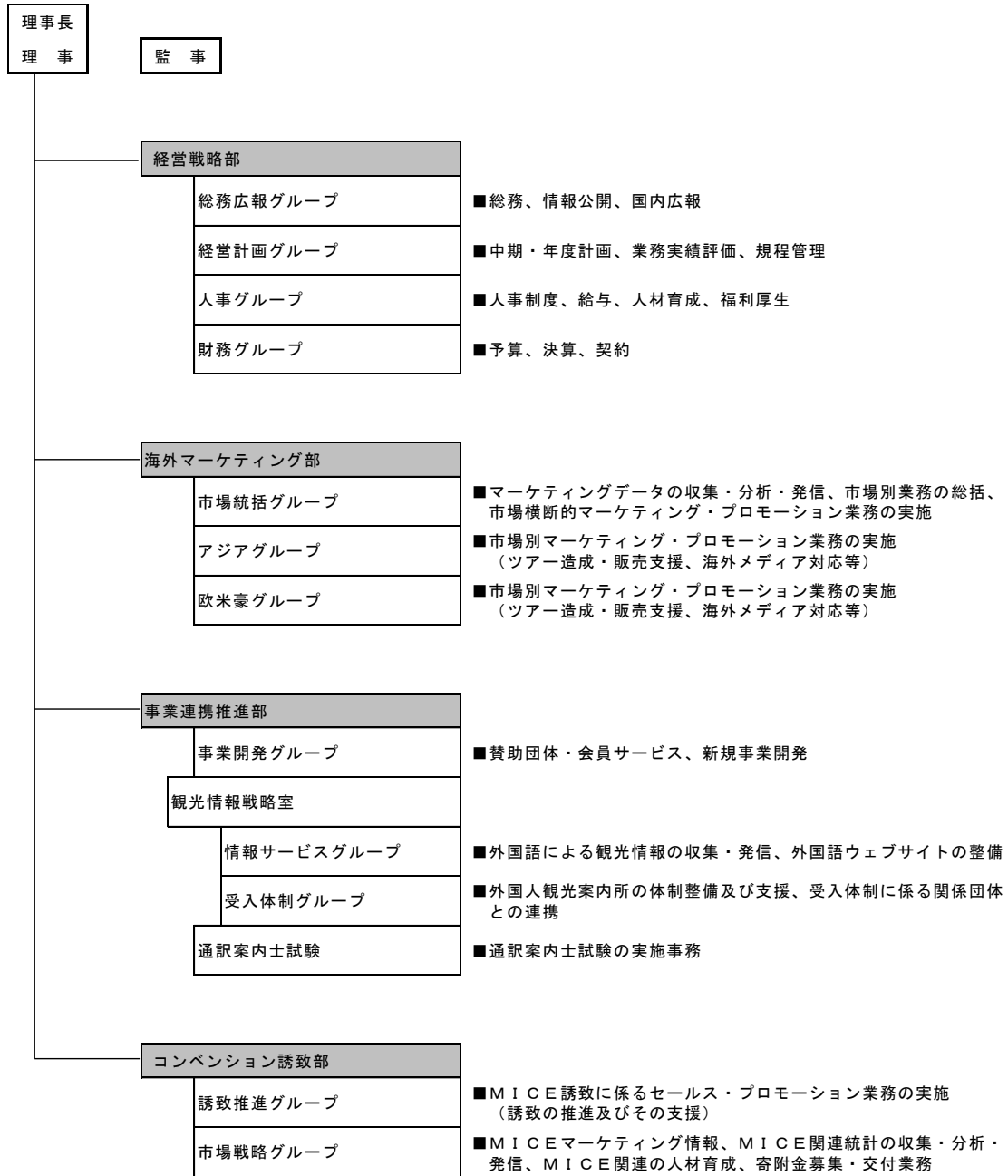
当該年度における取組

(1) 組織体制の見直し

本部においては、平成25年4月にMICEマーケティングの機能を強化するために、コンベンション誘致部内に市場戦略グループを新設した。さらに、平成25年8月には、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」を踏まえ、地域資源の海外展開やMICE誘致活動を支援するために、地方自治体、観光協会、民間事業者等から訪日促進に関する相談を受け付ける「地域コンサルティング窓口」を事業連携推進部内に設置するとともに、MICEの誘致・開催に関する相談を受け付ける「MICE相談窓口」をコンベンション誘致部内に設置した。

また、2020年オリンピック・パラリンピックの東京開催の決定を受けて、平成26年1月27日に、組織横断的なプロジェクトチームである2020年オリンピック・パラリンピック東京大会対策室を本部内に設置した。

【本部の組織体制＜平成25年4月1日以降＞】



海外においては、訪日旅行市場の成長が著しい東南アジアにおける業務実施体制を強化すべく、平成24年度からインドネシアのジャカルタに新事務所を開設すべく準備を進めていたが、平成25年7月23日にインドネシア外務省から事務所設置に係る承認を取得し、平成25年8月11日にジャカルタ事務所設置準備室を設置、さらに平成26年3月20日に機構の14番目の事務所としてジャカルタ事務所を開設した。

【参考資料16 ジャカルタ事務所開所式典】

上記のような組織体制の見直しの結果、平成24年度末に55:34であった国内、海外の常勤職員の比率は、平成25年度末には52:37となった。

(2) 現地マーケティング活動費の新設

海外現地の市場動向の変化に応じたマーケティング活動を海外事務所において実施できるよう、海外事務所長の判断で執行可能な経費として、平成25年度より新たに「現地マーケティング活動費」を設けた。各海外事務所は、本経費を活用し、事業パートナー等から持ち込まれるプロモーションの機会に即応した費用対効果の高いマーケティング活動・広報宣伝活動を実施するとともに、現地における関係者とのネットワークの拡大を図った。

【現地マーケティング活動費を活用した事業の例】

具体的な事例としては以下のとおり。

➤ 訪日旅行拡大への貢献度の高い優良旅行会社の表彰

上海事務所では、日本への送客数はもちろん、個人旅行・クルーズ・教育旅行の各分野や地方へのツアー造成等訪日旅行市場拡大に貢献があった旅行会社を選定、表彰して今後の訪日旅行販売の取組についてのモチベーション向上を図った。

➤ 東ジャワ物産展での訪日PRの実施

新設されたジャカルタ事務所は、平成25年10月3日～13日にスラバヤで開催された東ジャワ物産展において、在スラバヤ日本総領事館と連携して訪日旅行及び査証に関する情報発信を実施したほか、来場した一般消費者を対象にアンケート調査を行い、マーケティングデータの収集を行った。

➤ 新興市場における訪日旅行セミナーの開催

ロサンゼルス事務所では、平成26年より訪日商品を42本に大幅拡大したクルーズ会社・プリンセスクルーズのメキシコ法人と連携して、メキシコのメディア・旅行会社100人に対して日本のプレゼンテーションを実施した。また、過去に招請事業に参加したメキシコの有力メディアによる具体的な訪日旅行体験を来場者と共有してもらうことによって訪日旅行の販売促進を図った。

➤ 新規就航便を絡めた訪日旅行セミナーの開催

フランス・パリ事務所は、平成26年3月30日より羽田線を就航予定の全日空と連携して旅行会社16社を対象に日本プレゼンテーションを実施した。平成26年のイベント情報や新規ホテル等の開業情報、さらには国内線の乗り継ぎ便の活用を想定したゴールデンルート以外の地方の魅力について紹介することによって訪日旅行販促と地方への誘客を働きかけた。

(3) 海外事務所評価の実施

機構の重要な経営資源である海外事務所において、活動内容の実績や市場の将来性等について把握し、予算や人員等の経営資源の配分に反映させるとともに、適正な事業実施や運営・管理を確保するため、訪日プロモーション業務及び国際会議等の誘致・開催支援業務等について定量的・定性的にパフォーマンスを把握し、事業・運営の検証を行った。

【参考資料17 海外事務所の組織・業務目標及び事業方針 評価及び参考項目】

【参考資料18 海外事務所の組織・業務目標及び事業方針 評価結果概要】

【訪日プロモーション業務に関する参考指標】

	旅行会社 視察受入調整	Eラーニング 参加者数 (新規/累計)	現地セミナー	
			実施回数	参加者数
ソウル	704人	—	—	—
北京	74人	176人/2, 815人	2回	138人
上海	84人	180人/3, 186人	2回	66人
香港	58人	76人/1, 261人	4回	117人
バンコク	199人	—	7回	572人
シンガポール	48人	—	22回	1, 139人
ジャカルタ	82人	—	9回	509人
シドニー	68人	512人/1, 175人	7回	567人
ロンドン	24人	161人/788人	14回	359人
パリ	14人	3人/3, 231人	3回	174人
フランクフルト	11人	582人/2, 183人	1回	15人
ニューヨーク	13人	935人/6, 375人	5回	270人
ロサンゼルス	24人	—	11回	691人
トロント	15人	195人/1, 585人	9回	731人
本部	37人	—	2回	309人
計	1, 455人	2, 820人/22, 599人	98回	5, 657人

※ジャカルタ事務所の実績には、ジャカルタ事務所設置準備室の実績を合わせて計上。

	ニュースレター(※) プレスリリース		メディア訪日取材支援		メディア広報	
	発行回数	配信件数	成果件数	参加者数	成果件数	広告換算額
ソウル	33回	31件	4件	8人	30件	¥124,914,056
北京	59回	20,650件	—	—	187件	¥236,159,404
上海	25回	25件	—	—	9件	¥400,439,000
香港	28回	23,954件	6件	17人	58件	¥1,531,932,667
バンコク	11回	36,233件	9件	38人	162件	¥1,289,766,233
シンガ ポール	47回	21,150件	3件	16人	25件	¥261,568,279
ジャカ ルタ	—	—	—	—	11件	¥28,500,520
シドニー	23回	4,144件	7件	16人	65件	¥449,978,664
ロンドン	68回	50,863件	21件	32人	419件	¥4,080,564,098
パリ	4回	16,097件	7件	16人	114件	¥978,165,909
フランク フルト	10回	8,000件	10件	18人	80件	¥319,834,031
ニュー ヨーク	33回	1,131,844件	10件	12人	85件	¥4,794,441,394
ロサン ゼルス	6回	81,721件	3件	24人	98件	¥1,867,676,825
トロント	6回	25,872件	4件	6人	435件	¥342,747,741
本部	—	—	4件	43人	9件	¥223,768,664
	353回	1,420,584件	88件	246人	1,787件	¥16,930,457,485

※ ニュースレターには、海外事務所が発行するニュースレター(旅行業界関係者及び一般消費者向け)、プレスリリースを含む。

※ ジャカルタ事務所の実績には、ジャカルタ事務所設置準備室の実績を合わせて計上。

【国際会議等の誘致・開催支援業務に関する参考指標】

	国際会議・インセンティブ旅行 キーパーソン招請		JNTO主催の現地セミナー 現地ネットワーキングイベント			
	件数	人数	回数	外国人 参加者数	日本人 参加者数	合計 参加者数
ソウル	—	—	3回	121人	47人	168人
北京	1件	2人	—	—	—	—
上海	1件	3人	—	—	—	—
香港	1件	3人	—	—	—	—
バンコク	1件	3人	1回	50人	12人	62人
シンガポール	2件	6人	—	—	—	—
ジャカルタ	1件	3人	—	—	—	—
シドニー	—	—	1回	37人	3人	40人
ロンドン	1件	3人	—	—	—	—
パリ	—	—	—	—	—	—
フランクフルト	—	—	1回	10人	11人	21人
ニューヨーク	—	—	—	—	—	—
ロサンゼルス	—	—	1回	8人	9人	17人
トロント	—	—	—	—	—	—
本部	1件	3人	—	—	—	—
計	9件	26人	7回	226人	82人	308人

(4) 海外事務所の配置等の見直し

訪日旅行市場の成長が著しい東南アジアの業務執行体制を強化すべく、インドネシアのジャカルタに平成26年3月20日に新事務所を開設した。またジャカルタ事務所の開設に伴い、シンガポール事務所の管轄の見直しを行った。

(2)業務運営の効率化

【中期目標】

① 効率化目標の設定等

運営費交付金を充当して行う業務については、今中期目標期間中、一般管理費(人件費、公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。)及び業務経費(公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。)の合計について、毎年度平均で前年度比1.25%以上の効率化を行うものとする。

② 随意契約の見直し

「独立行政法人の契約状況の点検・見直しについて」(平成21年11月17日閣議決定)を踏まえ、不断の見直しを行い、一般競争入札の導入・範囲拡大や契約の見直し等を通じた業務運営の一層の効率化を図るとともに、その取組状況を公表する。また、入札・契約の適正な実施について、契約監視委員会等によるチェックを受けるものとする。

【中期計画】

① 効率化目標の設定等

一般競争入札等の活用、業務執行方法の改善等を通じて、一般管理費の更なる削減と業務運営の効率化に努める。

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

② 随意契約の見直し

「独立行政法人の契約状況の点検・見直しについて」(平成21年11月17日閣議決定)を踏まえ、不断の見直しを行い、一般競争入札の導入・範囲拡大や契約の見直し等を通じた業務運営の一層の効率化を図るとともに、その取組状況を公表する。また、契約が一般競争入札等による場合であっても、特に企画競争、公募を行う場合には、競争性、透明性が確保される方法により実施する。さらに、監事による監査及び契約監視委員会において、入札・契約の適正な実施についてチェックを受けるものとする。

【年度計画】

① 効率化目標の設定等

一般競争入札等の活用、業務執行方法の改善等を通じて、一般管理費の更なる削減と業務運営の効率化に努める。

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

② 随意契約の見直し

「独立行政法人の契約状況の点検・見直しについて」(平成21年11月17日閣議決定)を踏まえ、不断の見直しを行い、一般競争入札の導入・範囲拡大や契約の見直し等を通じた業務運営の一層の効率化を図るとともに、その取組状況を公表する。また、契約が一般競争入札等による場合であっても、特に企画競争、公募を行う場合には、競争性、透明性が確保される方法により実施する。さらに、監事による監査及び契約監視委員会において、入札・契約の適正な実施についてチェックを受けるものとする。

年度計画における目標設定の考え方

① 効率化目標の設定等

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 随意契約の見直し

国における随意契約の見直しの取組等を踏まえ、引き続き不断の見直しを行い、業務運営の効率化を図る。

実績値と取組状況

① 効率化目標の設定等

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:百万円)

区分	平成25年度 計画額 (A)	平成25年度 実績額(B) (効率化対象)	増減額 (B-A)	平成24年度 (効率化対象)	対平成24年度 増減率 (効率化対象)
一般管理費	257	244 (108)	△13	234 (82)	
運営費交付金 対象業務経費	770	739 (544)	△31	773 (583)	
合計	1,027	983 (652)	△44	1,007 (665)	(△1.88%)

取組状況

急激な円安により海外事務所に係る経費(事務所賃料等)が増額するなか、一般競争入札等の活用、業務執行方法の改善等を通じて、一般管理費の更なる削減と業務運営の効率化に努めるなどした結果、一般管理費(人件費、公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。)及び業務経費(公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。)の合計は、前年度に対して1.88%の減となった。

② 随意契約の見直し

取組状況

- 平成22年6月に「随意契約等見直し計画」を策定・公表し、引き続きその実施に取り組んでおり、平成23年度、平成24年度に引き続き、平成25年8月には平成24年度における見直し計画のフォローアップをホームページで公表した。
- 平成25年度においては、29件、183百万円を競争契約等(企画競争及び公募を含む)により契約を行った。
- 「随意契約等見直し計画」を踏まえ、引き続き競争性のない随意契約の削減を図った。

<競争性のない随意契約件数>

平成25年度 12件(前年度11件) 金額160百万円(前年度165百万円)

- 企画競争、公募を行う場合の実質的な競争性の確保については、基本的な指針を作成し、その中で2社以上の申し出があった場合の取扱方法等を定め、競争性を確保した。
- 競争性のない随意契約の内容は、会計規程第34条第1項第1号「契約の性質または目的が競争を許さないとき」による本部事務所の借家料等が主であり、移行は困難である。
- 1者応札・1者応募については、実質的な競争性を確保するため、公告期間をできる限り長く設定する、仕様書の作成については業務内容をより具体的かつ詳細に記載する、入札参加資格等の応募要件について競争を制限することのないよう十分留意する等の1者応札・1者応募の改善方策を平成21年7月にホームページで公表している。

平成21年度以降の1者応札・1者応募の状況は、以下のとおりであり、平成25年度においては、6件の1者応札と2件の1者応募(公募によるものを除く)があった。なお、2年連続で1者応札・1者応募となった契約が、それぞれ1件あった。

このため、次回の契約監視委員会において改善方策等ご審議いただき、今後の入札に生かしていきたい。

	競争性のある契約	1者応札	1者応募(内訳:企画競争、公募)
平成21年度	36件	0件	0件
平成22年度	29件	0件	4件(0件、4件)
平成23年度	31件	4件	3件(0件、3件)
平成24年度	27件	3件	6件(3件、3件)
平成25年度	29件	6件	6件(2件、4件)

- 契約手続きの執行体制は、金額にかかわらず、必ず、契約締結前に、その妥当性について契約担当部門(財務グループ)で審査している。また、1件の予定価格が300万円以上1,000万円未満の契約については経理担当理事まで、1件の予定価格が1,000万円以上の契約については理事長までの承認が必要である。なお、500万円以上の契約については、監事に回付している。契約の締結に際しては監督職員、検査職員を任命し、履行終了後は必ず検査・検収を行った上で支払いをしている。
- 「独立行政法人の契約状況の点検・見直しについて」(平成21年11月17日閣議決定)の趣旨を踏まえ、入札及び契約の手続等の透明性を確保し、公正な競争を促進するため、外部有識者を委員とする契約監視委員会を平成21年12月に設置し、個別の契約状況について点検、見直しを行い、その結果、報告の内容または審議した対象契約に係る理由及び経緯等に不適切な点または改善すべき点があると認めるときは、必要な範囲で、理事長に対し意見の具申または勧告を行うことができることとされているとともに、その内容を公表することとしている。
- 上記委員会の設置に基づき、契約監視委員会を平成22年2月、平成23年2月、平成23年12月、平成24年8月及び平成25年7月に開催した。

【契約件数及び契約金額の状況】

競争入札等	(44.7%) 17	(28.3%) 91	(36.6%) 15	(30.6%) 105	(△11.8%) △ 2	(15.4%) 14	(43.1%) 25	(38.7%) 236
企画競争 ・公募	(26.3%) 10	(20.6%) 66	(34.1%) 14	(22.7%) 78	(40.0%) 4	(18.2%) 12	(17.2%) 10	(9.5%) 58
競争性のある契約(小計)	(71.1%) 27	(48.9%) 157	(70.7%) 29	(53.4%) 183	(7.4%) 2	(16.6%) 26	(60.3%) 35	(48.1%) 293
競争性のない随意契約	(28.9%) 11	(51.1%) 164	(29.3%) 12	(46.6%) 160	(9.1%) 1	(△2.4%) △ 4	(39.7%) 23	(51.7%) 315
合計	(100.0%) 38	(100.0%) 321	(100.0%) 41	(100.0%) 343	(7.9%) 3	(6.9%) 22	(100.0%) 58	(100.0%) 609

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

- 競争性のある契約は、2件26百万円増加した。
- 競争性のない契約は、1件8百万円減少した。

(3)関係機関との連携強化

【中期目標】

オールジャパンによる訪日プロモーションを実施するため、在外公館をはじめとする関係省庁・政府関係法人、インバウンドへの取組を強化する地方公共団体、日本ブランドを海外展開する経済界との連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制を構築する。

【中期計画】

オールジャパンによる訪日プロモーションを実施するため、在外公館を始めとする関係省庁・政府関係法人、インバウンドへの取組を強化する地方公共団体、日本ブランドを海外展開する経済界との連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制を構築する。

【年度計画】

オールジャパンによる訪日プロモーションを実施するため、在外公館を始めとする関係省庁・政府関係法人、インバウンドへの取組を強化する地方公共団体、日本ブランドを海外展開する経済界との連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制を構築する。

年度計画における目標設定の考え方

オールジャパンによる訪日プロモーションを実施するため、在外公館を始めとする関係省庁・政府関係法人、インバウンドへの取組を強化する地方公共団体、日本ブランドを海外展開する経済界との連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制を構築すべく、日本国内及び海外現地において、具体的な取組を行う。

当該年度における取組

オールジャパンによる訪日プロモーションを実施するため、日本国内及び海外現地において、在外公館を始めとする関係省庁・政府関係法人、インバウンドへの取組を強化する地方公共団体、日本ブランドを海外展開する経済界との事業連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制の構築に努めた。主な取組は以下のとおり。

➤ 在外公館連携実績

ビジット・ジャパン事業における在外公館連携事業の平成25年度の実績は、57件であった。

➤ 経済産業省・日本貿易振興機構・観光庁・機構との「訪日外国人増加に向けた共同行動計画」の策定

平成25年6月に、経済産業省・日本貿易振興機構・観光庁・機構の4者による「訪日外国人増加に向けた共同行動計画」を策定し、計画に基づき、日本貿易振興機構が出展する海外見本市やイベントにおけ訪日観光PRの実施、ビジット・ジャパン事業の案件形成における相互協力連携等の具体的な取組を99件(暫定値)行った。

➤ 国際交流基金との連携強化

「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、「国際交流基金と国際観光振興機構の本部事務所の共用化に関する検討会議」を設置し、平成26年夏までに国際交流基金との本部事務所の共用化について具体的な工程表を策定すべく検討を行った。

➤ 観光庁・機構・フランス観光開発機構(Atout France)との「日仏間観光協力に関する声明」への調印

平成25年6月に、観光庁及び機構、フランス観光開発機構の3者による「日仏間観光協力に関する声明」に調印した。同声明にもとづき、共通のビジュアルを活用した交通広告を実施、両国の観光魅力を紹介するリーフレットの発行等の取組を行った。

➤ 関係省庁、地方公共団体、観光関連団体等の主催する会議、セミナー等に役職員への講師派遣

関係省庁、地方公共団体、観光関連団体等の主催する会議、セミナー等に役職員を講師として派遣することを通じて、日本国内の関係者との連携を図った。

➤ 国際協力機構、国際交流基金、日本貿易振興機構の海外事務所との機能的統合

各海外事務所において、国際協力機構、国際交流基金、日本貿易振興機構の海外事務所との定期的な会議を開催するとともに、広報用資料の相互配置、各種イベントの関係者への周知及びポスター等の所内掲示、Facebook等で他法人事業の紹介、会議室の共同利用等の連携強化の取組を行った。

また、「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」を踏まえ、インドネシアのジャカルタにおいて、平成26年3月に国際交流基金及び日本貿易振興機構と同一のビルに機構ジャカルタ事務所を開設し、共有化を実現した。

【在外公館、公的団体、民間企業等との事業連携の例】

在
外
公
館

- ① 「Visit Japan Business Talk for F. I. T. Summer 2013」告知に合わせた訪日査証免除に関する共同広告の実施(平成25年7月18日・19日、タイ(バンコク))
平成25年7月1日に査証免除が実施されたのを受けて、主要タイ字紙「デイリーニュース」紙上に、個人旅行向け旅行フェアの開催告知広告に合わせ、佐藤駐タイ日本大使、機構バンコク事務所長のメッセージを掲載した査証免除告知広告を2度に渡って掲載した。
- ② FITA2013(平成25年9月26日～29日、メキシコ(メキシコシティ))
ビジット・ジャパン事業にて、中南米最大の旅行博覧会FITA(Feria Internacional de turismo de Las Ameicas)にブースを出展するのに際し、在メキシコシティ日本大使館の協力を得て日墨交流400周年のPRリーフレットを作成・配布するとともに、国際交流基金、日本貿易振興機構の資料を配布した。また、在メキシコ日本大使館、国際交流基金メキシコ事務所のウェブサイトを通じた広報・告知協力を受けた。
- ③ TTG Incontri 2013(TTG)／Borsa Internazionale del Turismo 2014(BIT)出展事業(TTG:平成25年10月17日～19日、BIT:平成26年2月13日～15日、イタリア(TTG:リミニ BIT:ミラノ))
イタリアにおける主要旅行博覧会であるTTG(リミニ)、BIT(ミラノ)において、在イタリア日本国大使館／総領事館と連携して訪日旅行をPRするブースの運営を行った。またBIT開催に合わせて在ミラノ日本国総領事公邸においてレセプションを開催し、機構パリ事務所長によるプレゼン及び現地旅行業界関係者との意見交換を実施した。
- ④ 広東ジャパンプランド(平成25年12月6日～8日、中国(広州))
ビジット・ジャパン連携事業の一環で広東ジャパンプランドに出展し、VJブースにて日本酒試飲体験会を在香港日本国総領事館と共同で実施した。また、同領事館が主催したステージイベント「日本酒セミナー」にて機構が手配した酒蔵ツーリズムのパンフレットを配布し、食と観光を結び付けた訪日旅行PRを行った。
- ⑤ Visit Japan 日本語当地グルメ展～鉄道・レンタカー・味覚の旅～(平成26年3月15日～16日、香港)
ビジット・ジャパン事業の一環として、在香港日本国総領事館及び民間企業と連携したイベントを開催し、1万5,000人の来場者に対して、日本の「ご当地グルメ」の試食と地方ブースを関連付けながら、各地の観光魅力をPRした。同時に、鉄道旅行やレンタカー旅行に関する大型展示を設営して、地方への旅行需要拡大を図った。
- ⑥ Japan Tourism Award Presenting Reception 訪日1000万人達成感謝の夕べ(平成26年3月28日、シンガポール)
在シンガポール日本国大使館との共催で、シンガポールの訪日インバウンド業界関係者に対して感謝の意と今後の協力要請を表明する目的で、大使公邸を会場として現地旅行会社、メディア、政府機関等から80人の参加を得、旅行会社10社を表彰した。

国際交流基金(JF)	<p>① 日本映画祭における連携(平成25年9月～12月、オーストラリア各都市) 国際交流基金が主催している日本映画祭と連携し、機構のFacebookを活用して上映作品ロケ地の旅行情報を提供する等のPRを行うとともに、映画祭会場では各都市の日本国総領事館職員の協力を得ながら、訪日観光に関する資料配布等を実施した。</p> <p>② Fan Expo Canada(平成25年8月22日～25日、カナダ(トロント)) コミック本や映画、アニメなど様々なポップカルチャーを一堂に集めて8月22日～25日にかけて開催された「Fan Expo Canada」において、国際交流基金がブースを出展した。同ブースで配布する資料として、印刷物やギブアウェイの提供を行った。</p>
日本貿易振興機構(JETRO)	<p>① 日本観光展「日本精彩 由你発言」(あなたが見つける、日本の魅力)開催(平成25年6月20日～23日、中国(上海)) 機構上海事務所が観光庁とともに主催したイベントにおいて、日本貿易振興機構上海事務所と連携し、オールジャパンとして観光や日本酒等の日本の魅力を総合的にPRした。</p> <p>② Food Expo 2013(美食博覧)での観光パンフレット配布(平成25年8月15日～19日、中国(広州)) 香港貿易発展局主催のフードエキスポにおいて、日本貿易振興機構香港事務所が出展したブースに機構作成の地図を提供することで、相乗効果の見込める観光と食を同時にPRした。</p>
他国政府観光局	<p>① 広東国際旅遊産業博覧会(CITE)での日本食紹介パンフレットの配布(平成25年8月29日～9月1日、中国(広州)) 中国国家旅遊局が主催する広東国際旅遊産業博覧会にて中国ビジット・ジャパン事業の一環としてブースを出展し、日本貿易振興機構提供の日本食に関するパンフレットとともに、訪日観光のPRを行った。</p> <p>② クール・ジャパン・ビジネス・ネットワーキング・イベント(平成25年4月12日、アメリカ(ロサンゼルス)) 在ロサンゼルス総領事館と経済産業省が共同で主催したイベントにおけるプログラムの中で、「日米観光PR合戦」をコンセプトに機構ロサンゼルス事務所長が原宿を中心とした日本の観光魅力について、またロサンゼルス観光局が米国の観光魅力について、それぞれプレゼンテーションを実施した。さらに、特別ゲストとしてアーティストのきゃりーぱみゅぱみゅが双方の魅力についてコメントした。</p>

民間企業・地方公共団体等	<p>① 訪日観光・査証説明会(平成25年4月24日、中国(広州))</p> <p>在広州日本国総領事館との共催で、中国初となる機構／領事館合同の旅行会社向け査証制度説明会兼訪日旅行説明会を実施し、機構からは事業説明と日本全体の観光情報の提供、沖縄と北海道からはそれぞれ各地の説明が、そして領事館からは査証制度の説明及び質疑応答等が行われた。</p> <p>② 和歌山県「食と観光のセミナー」(平成25年5月7日、オーストラリア(シドニー))</p> <p>和歌山県が食と観光をテーマに豪州のエージェントやメディア向けにセミナーを実施したのに合わせ、機構は日本貿易振興機構とともに広報支援及び、旅行会社やメディアの招請を行った。</p> <p>③ 姉妹都市フォーラム(平成25年8月5日、オーストラリア(シドニー))</p> <p>奈良県大和高田市とニューサウスウェールズ州リズモア市が姉妹都市関係締結50周年を迎えるにあたって、記念フォーラムを自治体国際化協会と共催した。フォーラムでは、日本の地方公共団体による観光PRが行われたほか、自治体国際化協会シドニー事務所長による講演及び機構職員による日本の観光PRに関するプレゼンが行われた。</p> <p>④ 中部地域ハイレベルミッション観光セミナー(平成25年10月30日、中国(北京))</p> <p>長野県知事を団長とする中部地域観光推進協議会主催のセミナーに後援名義の協力を行ったほか、北京事務所長が開会挨拶を行った。</p> <p>⑤ Japan Expo(平成25年12月14日、オーストラリア(シドニー))</p> <p>ビジット・ジャパン事業の一環として、シドニー永住者によって結成された祭実行委員会や日本政府機関、日本の地方公共団体や賛助会員などと連携して日本の文化を発信するイベントを実施し、20,000人が来場した。</p>
自治体国際化協会	<p>① 訪日旅行イベント(平成25年8月24～25日、10月12日～13日、平成26年3月21日～23日、インドネシア(ジャカルタ))</p> <p>インドネシア(ジャカルタ)で開催された、大相撲ジャカルタ巡業に合わせた訪日旅行フェア(平成25年8月24～25日)、Japan Travel Fair 2013(平成25年10月12日～13日)、Astindo Travel Fair 2014(平成26年3月21日～23日)において、機構はVJブースを出展した。ブース運営にあたっては自治体国際化協会職員と連携して地方の観光情報を提供し、来場者に対して総合的な訪日観光案内を実施した。</p> <p>② 訪日教育旅行ガイドブックの作成(平成26年3月31日、中国(北京))</p> <p>ビジット・ジャパン事業で中国の教育旅行関係者向けに作成した訪日教育旅行ガイドブックに、日本での学校交流幹先窓口として、自治体国際化協会北京事務所や北京・大連に事務所を構える自治体の連絡先を掲載した。</p>

【関係省庁・自治体・観光関連団体等に対する講演協力の例】

国土交通省中部運輸局 (平成25年6月19日)	昇龍道プロジェクト推進協議会において、東南アジアにおける海外旅行の現状について、機構海外マーケティング部次長が講演。
東京都台東区 (平成25年7月25日)	外国人旅行者接遇研修会において、英語圏からの訪日旅行市場の動向について、機構海外マーケティング部アシスタントマネージャーが講演。
内閣府沖縄総合事務局 (平成25年9月2日)	VJ地方連携事業の一環として、タイからの訪日インバウンドの最新動向について、機構バンコク事務所長が講演。
長野県、信州・長野県観光協会 (平成25年9月18日)	長野県観光関係者向け講演会において、東南アジア地域における訪日旅行市場の動向について、機構海外マーケティング部次長が講演。
青森県 (平成25年10月2日)	青森県インバウンド受入環境整備促進会議において、タイからの訪日旅行市場の動向について、機構海外マーケティング部次長が講演。
外務省 (平成25年10月31日)	外務省地方連携関西シンポジウムにおいて、これからの日・ASEAN関係について、機構加藤理事が講演。
(一社)長崎県観光連盟 (平成25年10月31日)	長崎県観光セミナー・商談会inバンコクにおいて、タイからの訪日旅行市場の動向について、機構バンコク事務所長が講演。
(公財)京都文化交流コンベンションビューロー (平成26年2月3日)	平成25年度賛助会員総会において、機構のMICE市場への取組と課題について、機構松山理事長が講演。
鹿児島県・鹿児島県観光連盟 (平成26年2月13日)	外国人観光客受入体制推進講習会において、アセアン市場からの日旅行市場の動向について、機構シンガポール事務所次長が講演。
松山観光コンベンション協会 (平成26年3月25日)	コンベンション地元誘致懇談会において、今後のインバウンド政策と地域活性化について、機構加藤理事が講演。

【参考資料19 役職員講演実績】

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

- 観光関係の会合の委員等に機構職員が就任し、アドバイス等を行った。

【観光関係の会合の委員等に機構職員が就任した例】

群馬県観光審議会	県の観光行政の推進等についての意見や指導を行うため、「群馬県観光審議会」の委員として事業連携推進部職員が参画。
観光庁	我が国の国際会議誘致の競争力を高め、国際競争力の高い都市づくりのための「グローバルMICE戦略都市選定・評価委員会」委員として松山理事長が参画。
観光庁	沖縄観光の更なる発展を図る「沖縄観光振興会議」のメンバーとして神保理事が参画。
日本能率協会	ホテル・レストランショー企画委員会に委員として機構海外マーケティング部長が参画。

文化庁	文化芸術イベント等の実施により、東アジア域内の相互理解と連携、多様な文化の発信力を図る「2014東アジア文化都市実行委員会」の委員として神保理事が参画。
日本観光振興協会・ 日本旅行業協会	「ツーリズムEXPOジャパン」組織委員会の委員として松山理事長が参画。
国土交通省	外客の受入改善の方策として、宅配便運送サービスを利用した訪日旅行者の「手ぶら観光検討会」の委員として事業連携推進部次長が参画。
日本観光振興協会	「観光立国政策をさらに推進するための「観光立国推進協議会」の委員として松山理事長が参画。
神奈川県観光審議会	県の観光行政の推進等についての意見や指導を行うため、「神奈川県観光審議会」の委員として事業連携推進部職員が参画。

(4)内部統制の充実

【中期目標】

内部規程の整備、職員に対する周知等により、内部統制の充実を図る。

【中期計画】

内部統制については、内部規定の整備、業務運営方針や組織・業務目標の明確化を行い、役職員による共有を図るとともに、定期的に業務実績や課題を整理し、改善を行う。

法令等について、職員等に対する周知を行い、機構全体の職員のコンプライアンスの更なる徹底を図る。また、訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業の実施に当たっては、広く機会の平等を担保するとともに、特定の企業への利益誘導にならないよう留意する。

「国民を守る情報セキュリティ戦略」等の政府方針を踏まえ、適切な情報セキュリティ対策を推進する。

【年度計画】

内部統制については、内部規定の整備、業務運営方針や組織・業務目標の明確化を行い、役職員による共有を図るとともに、定期的に業務実績や課題を整理し、改善を行う。

法令等について、職員等に対する周知を行い、機構全体の職員のコンプライアンスの更なる徹底を図る。また、訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業の実施に当たっては、広く機会の平等を担保するとともに、特定の企業への利益誘導にならないよう留意する。

「国民を守る情報セキュリティ戦略」等の政府方針を踏まえ、適切な情報セキュリティ対策を推進する。

年度計画における目標設定の考え方

内部統制の充実を図るべく、内部規定の整備、業務運営方針や組織業務目標の明確化を行うとともに、職員等に対する周知徹底に努める。また、業務遂行に当たってのリスクを把握し、その対応について取り組む。

当該年度における取組

(1) 内部規定の整備、周知、研修

以下の規程等を制定するとともに、規程に基づく体制整備を行った。

業務運営にかかる法令及び規程の制定及び改正にあたっては、その内容を随時職員に周知した。また、研修を充実化し、平成25年度は本部に勤務する全職員を対象としてコンプライアンス及び内部統制に関する研修を実施すると共に、会計関連研修により適正な経理処理にかかる意識の徹底を図った。

[組織運営] 組織規程、理事長の職務代理、理事会運営規程、部長会設置運営要領等の整備。

[労務管理] 就業規則、衛生管理規程、懲戒処分手続内規、ハラスメント防止規程、労働環境紛争パネル規程、役職員倫理規定等の整備。規程に基づく衛生委員会、懲戒審査委員会、労働環境紛争パネルの設置。

[財務・会計] 会計規程、会計規程実施細則、契約事務実施細則、契約監視委員会設置規程等の整備。規程に基づく契約監視委員会の設置。

[文書管理] 文書管理規程、専決事務処理内規、法人文書開示規程等の整備。

[個人情報 の 適正管理] 個人情報管理規程の整備。規程に基づく、個人情報保護管理体制の整備。

[危機管理] 海外における緊急事態対応マニュアル、事業継続計画(BCP)の整備。マニュアル・計画に基づく緊急連絡体制の整備。

(2) 業務運営方針、組織・業務目標の明確化

平成26年度計画を踏まえ、部・海外事務所ごとに組織運営において果たすべき役割や各職員の業務遂行の基礎をなす行動規範を定めた「組織・業務目標」を策定し、業務運営方針や組織・業務目標の明確化を図った。また、期中を通じて定期的に主要業務の実績と数値目標の達成状況を部長会、理事会に報告し、課題を整理するとともに、業務の改善を図った。

(3) 訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業実施に当たっての留意

海外事務所においては、当該国・地域においてアウトバウンドを取り扱う資格を有し、旅程に日本を含む商品を取り扱っている旅行会社について、日本への送客実績や取扱商品を調査の上で、データベース化を行い、事業の実施に当たっては、こうしたデータベースに基づき、合理的な理由なく特定の旅行会社に偏らないよう配慮しつつ支援対象の旅行会社を選定した。

(4) 監事監査

監事監査規程に基づき作成した監事監査計画により、平成25年度は決算監査、業務監査(監査テーマ:内部統制の整備、運用状況について(監査))、海外事務所現地監査(対象事務所:ソウル事務所、シンガポール事務所)、保有個人情報の管理に関する監査を実施し、監査の指摘事項を踏まえ、業務改善に取り組んだ。

(5) 情報セキュリティ対策の推進

研修や情報システム部門からの周知メール等を通じて、情報セキュリティ面での各種注意喚起を行った。また、本部オフィスにおいては、不審な通信等、PCやネットワークの稼働状況を継続的に監視するとともに、外部からの持ち込みPCの機構内LANへの接続、許可されていないUSBメモリ利用などの自動検知・接続ブロック機能を運用し、ウイルス等の侵入リスク低減を図った。

さらに、本部オフィスで運用を開始した無線LANについて、アクセスポイントのSSIDステルス化、パスワードの定期的変更により、関係者外の利用を防止するとともに、機構内イントラネットから論理的に隔離し、業務用サーバー等への不正侵入の危険性排除に努めた。

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

- 理事会を定期的に開催し、理事長をはじめとした役員で重要な情報を共有し、審議事項については、議論の上、意思決定した。

- 平成25年度は、職員及びその家族の安全を確保しつつ、最低限必要な機構の業務を継続することを目的として平成24年度に策定した事業継続計画（BCP）に記載されている情報伝達訓練を9月に実施し、その結果も踏まえ、定期的な周知と改善の一環として同事業継続計画を改訂した。改訂後の本計画は、自然災害のうち、地震（震度6弱以上（23区内震度5強以上））を対象災害とし、機構の重要業務を明確化し、災害発生直後、その後回復期にすべきこと、さらにツーリスト・インフォメーション・センター（TIC）による訪日外国人への情報提供内容を示している。

(5) 戦略的な情報発信

【中期目標】

国民への説明責任の徹底及び各事業の必要性・効率性等の評価に資する観点から、マーケティング情報や事業・活動の成果物等の公表の充実を図るとともに、保有資料・データの公開やホームページの内容の充実を図ること等により、情報発信を積極的に推進する。

【中期計画】

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

【年度計画】

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

年度計画における目標設定の考え方

機構の運営や業務実績に関する情報を、ウェブサイト等を通じて広く公表することにより、機構の業務に対する国民の認識・理解を高め、独立行政法人としての国民に対する説明責任を果たすとともに、機能の保有する資料・マーケティングデータの公開やウェブサイトの内容の充実を図ることを通じて、機構の保有する情報の有効活用を図る。

当該年度における取組

(1) ウェブサイト上での機構の取組、業務成果の公開

機構の取組、業務成果を取りまとめた「業務実績報告書」及び「年次報告書」を機構のウェブサイト上で公開している。

(業務実績報告書: http://www.jnto.go.jp/jpn/about_us/reports/business_reports.html)

(年次報告書: http://www.jnto.go.jp/jpn/about_us/reports/annual_reports.html)

機構の年度計画、業務実績、業績評価、財務に関する情報等はウェブサイトに関連項目を設けて公開した。

(2) 市場別プロモーション方針・事業計画概要の公表

ビジット・ジャパン事業や機構の取組の業務成果を幅広く発信し市場別プロモーション方針・事業計画概要、毎月の訪日動向を市場別に紹介する「市場動向トピックス」を機構のウェブサイトを通じて公開するとともに、統計・マーケティングデータ等保有資料・データの公開を図ること等により、機構が保有する情報を積極的に公開した。

(3) 機構の保有する資料・マーケティングデータの公開

毎月、(前月の)訪日外客数一覧表及び地域別訪日旅行市場の概況に加えて、翌月の市場動向や注目トピックなどをまとめて機構のウェブサイト上で公開を実施したほか、統計資料を冊子としてとりまとめて広く関係者へ配布を実施した(「日本の国際観光統計2012」、「JNTO訪日旅行誘致ハンドブック2014(欧米豪6市場編)」の発行)。また、「JNTO賛助団体・会員専用サイト」を通じて、主要17ヶ国・地域の市場別マーケティング情報や、JNTO発表資料のバックナンバーを公開したほか、主要旅行会社・メディアのリスト、都道府県別に人気のある観光地・観光資源をまとめた資料を事業パートナーに提供した。

(4) ウェブサイトの内容の充実

国民目線に立った日本語ウェブサイトのリニューアルを行うために、改訂を順次実施するとともに、不断の見直しを行いつつ、新規の項目として機構役職員執筆原稿を設置したほか、募集型事業等のアイコンをトップページに設置するなど、サイト内ナビゲーションの改善を行った。また、日本語ウェブサイト内の「最新情報」「報道発表」「JNTO事業パートナー(賛助団体・会員)からのニュース」「トピックス」「統計発表」「マーケティング・データ」の項に新規情報・資料を随時掲載した。これらの取組を行った結果、機構の日本語ウェブサイトのアクセス数は前年比55%増となった。

その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

- 機構の業務に対する国民の認識・理解を高めるため、国内広報に重点的に取組、報道資料の発表(国土交通省記者クラブへの投げ込み、マスコミ向け電子メール配信、ウェブサイトでの公開等)に加え、テレビ・一般紙・旅行業界紙誌のインタビューへの対応、最新のマーケット動向や機構の活動状況について役職員の寄稿等を行った。

【参考資料20 月例訪日外客統計発表資料の例】

- 平成25年度は、特に理事長・理事の対外的な活動の強化や国内外の出張時の現地メディアへの働きかけに努め、理事長のテレビ・ラジオ番組出演や、一般紙、旅行業界紙、ポータルサイト等のインタビュー対応等を拡大した結果、報道発表件数が41件となり、紙媒体、ウェブサイト、TVにおける掲載記事及び報道件数の総数が、前年比41%増の1,709件となった。

【参考資料21 報道発表案件一覧】

【参考資料22 広報効果】

- 「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」に基づくムスリム旅行者への対応強化の施策の一環として、国内外で関係省庁・民間企業等が開催するムスリム旅行者対応のセミナーに機構の職員を講師として派遣した。平成25年度の講演実績64件のうち、ムスリム関係は16件に上った。

3. 予算、収支計画及び資金計画

【中期目標】

事業パートナーに対する質の高いサービスの提供や連携の拡大、新たな事業パートナーの開拓等により、自己収入の拡大に向けた取組を行う。

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

【中期計画】

(1) 自己収入の確保

海外事務所を活用した市場動向の情報提供、個別相談会の開催等事業パートナー等を対象とする事業等の強化・拡大やビジット・ジャパン事業の実施に当たっての支援、国際会議の誘致・開催の支援等を通じて、事業パートナーとの連携を強化し、顧客満足度を高めることにより、地方自治体、民間事業者等からの賛助金・会費等の維持・増加に努めるとともに、賛助団体・会員等の増加による収入の増加を図る。また、機構のノウハウを活かした受託業務等にも積極的に取り組み、収入増を図る。

(2) 予算(人件費の見積りを含む。)

別紙

(3) 収支計画及び資金計画

別紙

【年度計画】

(1) 自己収入の確保

海外事務所を活用した市場動向の情報提供、個別相談会の開催等事業パートナー等を対象とする事業等の強化・拡大やビジット・ジャパン事業の実施に当たっての支援、国際会議の開催・誘致の支援等を通じて、事業パートナーとの連携を強化し、顧客満足度を高めることにより、地方自治体、民間事業者等からの賛助金・会費等の維持・増加に努めるとともに、賛助団体・会員等の増加による収入の増加を図る。また、機構のノウハウを活かした受託業務等にも積極的に取り組み、収入増を図る。

(2) 予算(人件費の見積りを含む。)

別紙

(3) 収支計画及び資金計画

別紙

年度計画における目標設定の考え方

事業パートナーである地方公共団体及び民間事業者に対して質の高いサービスを提供することにより顧客満足度を高め、賛助団体・会員からの賛助金・会費収入の維持・増加を図る。さらに新たな事業パートナーを開拓し、新規賛助団体・会員獲得を進める。また、機構のノウハウを生かした受託事業を積極的に実施し、受益者負担による収入増加を目指す。

当該年度における取組

(1) 自己収入の確保

1. 賛助団体・会員の維持・増加に向けた取組

- インバウンドの取組に機構を活用しようとする団体・企業に対し、機会をとりえて本部・海外事務所を挙げてサービスの提供及び勧誘活動を行った。その結果、平成25年度末時点の賛助団体・会員数の合計は、過去最多の343団体となり、賛助金・会費収入も過去最高となった。
- 平成25年度は、新たに賛助団体として13団体、会員として35団体が加入した一方、財政事情等の理由により、賛助団体4団体、会員10団体が退会した。

<賛助団体・会員数>

	平成23年度末	平成24年度末	平成25年度末
賛助団体数	167	163	172
会員数	136	146	171
合計	303	309	343

- 新規賛助団体・会員獲得のため、賛助団体募集パンフレット及び会員サービス案内パンフレットをそれぞれ刷新し、加入のメリットをより分かりやすくした。あわせてウェブサイトの事業パートナーページをリニューアルし、ウェブサイトからもサービス内容を見やすくした。
- 訪日旅行者の増加に伴って、新たにインバウンド観光ビジネスの受益者となりつつあるIT・インターネット関連事業者や、旅行・観光業界以外の新たな業種の賛助団体・会員勧誘に取り組んだ。
- 賛助団体・会員を主な対象として、9月に個別相談会、1月にインバウンド旅行振興フォーラムを開催し、最新の海外旅行市場動向の説明を行うとともに、海外事務所長等との個別相談の場を設けた。また、機構の組織・業務方針等について説明する業務報告会(7月)を開催することにより、賛助団体・会員に対し機構活動に関するより一層の情報提供の拡充を行った。
- 機構の活用と、賛助金の拠出への理解を得るため、賛助団体・会員を訪問し、サービス内容についての説明を行った。
- 賛助団体・会員との「交流勉強会」を3ヶ月に1回程度、計4回開催し、賛助団体・会員からの事業説明、機構に対する要望を聴取の後、意見交換を行った。
- 前年度に引き続き、1月のインバウンド旅行振興フォーラムにおいて、市場説明会を一般に有料で開放し、自己収入の増加を図った。また、9月の個別相談会、1月のインバウンド旅行振興フォーラ

ムにおいて、有料B to Bデスクを設置し、会員にビジネスチャンスを提供するとともに収入の増加を図った。

2. ウェブを活用した収益事業の推進

- 平成24年度に引き続き、ウェブサイトのマンスリーウェブマガジンへの有料記事広告掲載サービスの募集を行い、11枠の申込みがあり、前年比16%増の約2,200万円の収入となった。
- 新たな収益モデル確立のため、旅行商品情報検索サイトを立ち上げ、着地型ツアー等を販売する3社とアフィリエイト契約を締結した。

3. 新規事業の開発等

- 賛助団体・会員及びその他団体からの委託を受け、海外での観光セミナー開催支援や、海外の旅行会社・メディア招請支援を受託業務として実施した。平成25年度は、年間35件、合計約900万円の収入をあげた。
- 民間事業者等からの需要が多い日本地図、東京地図、京都奈良地図の有償提供を開始し、約19,000部を販売した。さらに、地域の観光宣伝印刷物の受託制作にも取り組んだ結果、印刷物関連で約390万円の収益をあげ、自己収入増に貢献した。
- 新たな取組として、海外プロモーション・コンサルティング事業を立ち上げ、地域の海外プロモーションに関する有料コンサルティングを開始した。平成25年度は、初年度として2件(90万円)を受託した。

(2) 予算(人件費の見積りを含む。)

(3) 収支計画及び資金計画

年度予算等の執行状況

<一般勘定>

平成25年度の収入は、計画額23億98百万円に対して、合計で1億1百万円減の22億97百万円となった。この変動の主な要因は以下のとおりである(表1)。

- 受託業務及び観光情報提供事業の減少等により事業収入が計画額に対して59百万円の減となった。
- 観光宣伝事業賛助金収入は、拠出者(会員)の増により前年比で21百万円、計画額に対しては6百万円の増となっている。

- コンベンション協賛金収入については、地方自治体財政が厳しい状況にあることを受け、前年度とほぼ同額、計画額に対しては40百万円の減となった。
- 事業外収入は計画額に対して8百万円の減となっている。
- 支出については、計画額23億98百万円に対して、合計で1億94百万円減の22億4百万円となった。この変動の主な要因は以下のとおりである。
- 業務経費については、計画額に対して31百万円の減となった。これは、海外観光宣伝事業経費がジャカルタ事務所の開設、円安の影響等により計画額に対して53百万円の増となったこと、コンベンション誘致事業経費が事業の見直し等により計画額に対して47百万円の減となったこと等による。
- 受託経費については、計画額に対して93百万円の減となった。これは、受託業務経費が計画額に対して23百万円の減となったこと、共同事業経費が事業規模の縮小等により、計画額に対して62百万円の減となったこと等による。
- また、人件費については自己都合退職者の発生等により、計画額に対して57百万円の減となった。
- 一般管理費(人件費を除く)については、契約の見直し等により、計画額に対して13百万円の減となった。

<交付金勘定>

平成25年度の収入は、寄附者からの寄附金収入が減少したことにより、計画額3億80百万円に対して3億46百万円減の34百万円となった(表1)。

支出については、国際会議の減少に伴う交付金交付額の減により、計画額3億80百万円に対して3億24百万円減の56百万円となった(表1)。

<利益剰余金の発生要因>

[一般勘定]

平成25年度の利益剰余金の発生要因については、当期末処分利益及び前中期目標期間繰越積立金6百万円の取り崩し等により7百万円の利益剰余金が発生することとなった。

[交付金勘定]

平成25年度の利益剰余金の発生要因については、前年度からの積立金49百万円と当期末処理損失11百万円により、38百万円の利益剰余金を計上することとなった。

<経常損益では損失計上していたものが最終的に利益計上になった場合の経緯>
 該当なし。

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	1,837	1,837	0
賛助金・コンベンション協賛金収入	338	304	△ 34
事業収入	201	141	△ 59
事業外収入	22	14	△ 8
計	2,398	2,297	△ 101
<支出>			
業務経費	770	739	31
受託経費	276	182	93
人件費	1,096	1,039	57
一般管理費	257	244	13
計	2,398	2,204	194

※各欄積算と合計欄の数字は四捨五入の関係で一致しないことがある。

[交付金勘定]

(単位:百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<収入>			
寄付金収入	380	34	△ 346
事業外収入	0	0	0
計	380	34	△ 346
<支出>			
交付金事業経費	380	56	324
計	380	56	324

※各欄積算と合計欄の数字は四捨五入の関係で一致しないことがある。

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	2,387	2,220	△ 167
業務経費	770	740	△ 30
受託経費	275	181	△ 94
一般管理費	1,325	1,281	△ 44
減価償却費	17	18	1
臨時損失	—	0	0
雑損	—	1	1
計	2,387	2,221	△ 166
<収益の部>			
運営費交付金収益	1,810	1,754	56
国際観光振興事業収入	539	443	96
資産見返運営費交付金戻入	17	15	2
資産見返補助金戻入	—	0	0
資産見返寄附金戻入	—	3	△ 3
事業外収益	21	6	15
臨時利益	—	1	△ 1
計	2,387	2,222	165
当期純利益(△当期純損失)	—	1	△ 1
前中期目標期間繰越積立金取崩	—	6	△ 6
当期総利益(△当期総損失)	—	7	△ 7

※各欄積算と合計欄の数字は四捨五入の関係で一致しないことがある。

[交付金勘定]

(単位:百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<費用の部>			
経常費用	380	56	△ 324
交付金事業経費	380	56	△ 324
当期利益金(△当期損失金)	0	△ 11	△ 11
計	380	45	△ 335
<収益の部>			
寄付金収入	380	45	335
事業外収益	0	0	0
計	380	45	335

※各欄積算と合計欄の数字は四捨五入の関係で一致しないことがある。

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	2,398	2,298	△ 100
投資活動による支出	0	7	7
事業外支出	0	1,094	1,094
次期への繰越金	0	657	657
計	2,398	4,056	1,658
<資金収入>			
業務活動による収入	2,398	2,293	105
運営費交付金による収入	1,837	1,837	0
賛助金・コンベンション協賛金収入	338	304	34
事業収入	201	150	51
事業外収入	22	2	20
投資活動による収入	0	1	△ 1
前期からの繰越金	0	1,763	△ 1,763
計	2,398	4,056	△ 1,658

※各欄積算と合計欄の数字は四捨五入の関係で一致しないことがある。

[交付金勘定]

(単位:百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<資金支出>			
業務活動による支出	380	56	△ 324
次期への繰越金	0	62	62
計	380	118	△ 262
<資金収入>			
業務活動による収入	380	34	346
寄付金による収入	380	34	346
事業外収入	0	0	0
前期からの繰越金	0	84	△ 84
計	380	118	262

※各欄積算と合計欄の数字は四捨五入の関係で一致しないことがある。

4. 短期借入金の限度額

【中期目標】

なし

【中期計画】

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

【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】

4の2. 不要財産又は不要財産となることが見込まれる財産がある場合には、当該財産の処分に関する計画

【中期目標】

なし

【中期計画】

なし

【年度計画】

なし

当該年度における取組

平成22年の独法通則法改正の趣旨、「独立行政法人改革等に関する基本的な方針(平成25年12月閣議決定)」等を踏まえ、保有資産の見直しを行い、政府出資金1,397,611,782円が充てられている財産のうち、439,185,428円を不要財産の額として確定し、3月28日に国庫納付するとともに、同額の減資登記を行った。

5. 重要な財産を譲渡し、又は担保にする計画

【中期目標】

なし

【中期計画】

なし

【年度計画】

なし

【該当なし】

6. 剰余金の使途

【中期目標】

なし

【中期計画】

剰余金が発生した場合には、独立行政法人通則法(平成11年法律第103号)第44条第3項の規定による国土交通大臣の承認を受けて、海外からの訪日旅行の促進の効果が高く見込まれる海外宣伝事業費の使途に充てる。

【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(平成11年法律第103号)第44条第3項の規定による国土交通大臣の承認を受けて、海外からの訪日旅行の促進の効果が高く見込まれる海外宣伝事業費の使途に充てる。

【該当なし】

7. その他主務省令で定める業務運営に関する事項

(1)人事に関する計画

【中期目標】

なし

【中期計画】

上記目標の達成に向けて、効率的かつ効果的な業務運営を行うための人材確保、人材育成を着実に実施する。

プロパー職員を中核とした体制を構築するため、語学を始めとする専門能力をもった職員の採用・育成に努め、プロパー職員が機構の中核として担うべき役割を的確に果たすことのできる体制を構築する。また、プロパー職員の育成とあわせて外部からの有能な人材の登用を行う。

職員個々の能力と実績に基づいた適切な人事評価を実施し、適材適所の人事配置を行う。現地採用職員についても、事務所所在国の人事・労務に係る法令・慣行に配慮しつつ、可能な限り人事評価を実施する。

本部採用職員に対しては、海外事務所勤務を含め様々な業務を経験できるようキャリア形成に配慮した人事異動を行い、OJTや内外の研修等も活用し、職員の意欲向上と能力開発を図る。また、現地採用職員に対しては、その能力・意欲に合わせた処遇の改善を行い、業務への取組意欲の向上を図るとともに、一層の活用を進める。

給与水準については、国家公務員の給与水準も十分に考慮し、引き続き手当を含め役職員給与の在り方について検証した上で、これを維持する合理的理由がない場合には給与水準の適正化に取り組むとともに、その検証結果や取組状況を公表する。また、総人件費については、政府における総人件費削減の取組を踏まえ、厳しく見直す。

【年度計画】

上記目標の達成に向けて、効果的かつ効率的な業務運営を行うための人材確保、人材育成を着実に実施する。

プロパー職員を中核とした体制を構築するため、語学を始めとする専門能力をもった職員の採用・育成に努め、プロパー職員が機構の中核として担うべき役割を的確に果たすことのできる体制を構築する。また、プロパー職員の育成とあわせて外部からの有能な人材の登用を行う。

職員個々の能力と実績に基づいた適切な人事評価を実施し、適材適所の人事配置を行う。現地採用職員についても、事務所所在国の人事・労務に係る法令・慣行に配慮しつつ、可能な限り人事評価を実施する。

本部採用職員に対しては、海外事務所勤務を含め様々な業務を経験できるようキャリア形成に配慮した人事異動を行い、OJTや内外の研修等も活用し、職員の意欲向上と能力開発を図る。また、現地採用職員に対しては、その能力・意欲に合わせた処遇の改善を行い、業務への取組意欲の向上を図るとともに、一層の活用を進める。

給与水準については、国家公務員の給与水準も十分に考慮し、引き続き手当を含め役職員給与の在り方について検証した上で、これを維持する合理的理由がない場合には給与水準の適正化に取り組むとと

もに、その検証結果や取組状況を公表する。また、総人件費については、政府における総人件費削減の取組を踏まえ、厳しく見直す。

年度計画における目標設定の考え方

プロパー職員を中核とした体制を構築すべく、人事体制を整備すると共に、職員個々の能力と実績に基づいた適切な人事評価を実施し、適材適所の人事配置を行うものである。また、政府における総人件費削減の取組を踏まえ、給与水準の適正化の取組を実施するものである。

当該年度における取組

(1) 効果的かつ効率的な業務運営を行うための人材確保

プロパー職員を中核とした体制強化のため、国内外で各種事業・事務に従事する総合職職員として、平成25年度の新卒採用として4人を採用したほか、ICT分野における業務経験を有した者を中途採用し、即戦力の強化を図った。また、地方自治体、観光関連事業者等から経験豊富な人材の受入を、引き続き実施した。

(2) 人事評価の実施と適材適所の人事配置

従来より実施している全職員を対象とした人事評価制度を見直し、能力評価及び業績評価の2種類に区分することにより、各職員の能力及び業績をより適切に評価し、その結果を処遇に反映した。海外事務所の現地採用職員についても人事評価を行い、成績が優秀な者には特別手当を支給する等処遇に反映させた。また、物価等の上昇が著しい国に所在する海外事務所の現地採用職員については、それを踏まえた給与の調整を行った。

(3) 職員の意欲の向上と能力開発

本部採用のプロパー職員に対しては、キャリア形成に配慮した人事異動を行うとともに、業務遂行に必要な知識・スキルを習得する機会を拡充すべく、目的・テーマ別研修等(奨学金を含む)を実施し、職員の能力開発・向上を支援した。平成25年度は、マーケティング研修の実施や旅行業界研究研修の充実化により職員の実務能力の向上を図ったほか、中間管理職研修及び評価者研修を実施し、管理職の資質向上を図った。また、当該年度に顕著な功績のあった職員を顕彰することにより、職員の積極的な創意工夫を促し、業務実績の向上と改善に資することを目的として、平成25年度に職員表彰制度を規定した。

(4) 給与水準の適正化等

平成25年度のラスパイレス指数(国家公務員と比較した給与水準)は110.2、地域と学歴を勘案した国家公務員との比較では94.7となった。年齢のみを勘案した対国家公務員指数は100を越えているが、当機構は地方組織が無く、職員の約9割が大卒・大学院卒であり、地域と学歴を勘案した指数は平成25年度も100を下回った。職員の給与については、引き続き国に準じて適正な水準の維持が図られるよう、適切な措置を講じていく。

報酬・給与への業務実績・勤務成績の反映方法として、役員報酬に関しては、期末特別手当に対し国土交通省独立行政法人評価委員会が行う業績評価の結果を参考にして、役員の実績に応じ決定した。職員に関しては、人事評価制度による厳正な人事評価を行い、引き続き評価結果を職員の昇給等の処遇に反映させ、平成25年度には、能力評価結果が普通評価の55歳超職員については昇給抑制措置を導入した。また、平成25年12月より、賞与の一部を勤勉手当とし、勤務成績を反映することとした。

平成25年度は、「国家公務員の給与の改定及び臨時特例に関する法律」に基づく国家公務員の給与の見直しに関連して、平成24年度から継続して以下の措置を実施した。

【役員】

国家公務員に準じた率(俸給月額削減率9.77%)で、本来の支給額からの減額を実施した(平成24年4月～平成26年3月)。

【職員】

国家公務員に準じた率(平均7.8%削減)で、本来の支給額からの減額を実施した(平成24年7月～平成26年6月)。

また、平成25年度は、国家公務員の退職手当の支給水準引下げ等(平成24年8月7日閣議決定)に基づき、以下の引下げ措置を実施した。

【役員】

平成25年3月15日以降に退職する役員について、国家公務員に準じた調整率(※1)を設定し、退職手当支給水準の引下げを実施した。

- ※1 退職日が平成25年3月15日～平成25年11月30日 98/100
- 退職日が平成25年12月1日～平成26年8月31日 92/100
- 退職日が平成26年9月1日～ 87/100

【職員】

平成25年6月22日以降に退職する職員について、国家公務員に準じた調整率(※2)を設定し、退職手当支給水準の引下げを実施した。

- ※2 退職日が平成25年6月22日～平成26年2月28日 98/100
- 退職日が平成26年3月1日～平成26年11月30日 92/100
- 退職日が平成26年12月1日～ 87/100

役員報酬額の公表については、上記の措置状況やラスパイレス指数等を含め「役職員の報酬・給与等の公表」として、平成26年6月末にホームページ上で平成25年度分を公表(予定)。

(2) 独立行政法人国際観光振興機構法(平成14年法律第181号)第10条第1項に規定する積立金の使途

【中期目標】

なし

【中期計画】

前中期目標期間の最終事業年度において、独立行政法人通則法第44条の処理を行った後の積立金に相当する金額のうち主務大臣の承認を受けた金額について、前中期目標期間終了までに自己収入財源で取得し、今中期目標期間に繰り越した固定資産の減価償却に要する費用等に充当する。

【年度計画】

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、前期中期目標期間終了までに自己収入財源で取得し、当期中期目標期間に繰り越した固定資産の減価償却に要する費用等に充当する。

前期中期目標期間繰越積立金6,017,618円については、自己収入財源で取得し、当期中期目標期間に繰り越した固定資産の減価償却費に要する必要等に5,876,432円を充当し、前期中期目標期間繰越積立金の残高は141,186円となった。

参 考 資 料

1. 第11回JNTOインバウンド旅行振興フォーラム	94
2. ムスリム・ツーリズムセミナー	95
3. 機構が関与したビジット・ジャパン事業の実績	96
4. 訪日旅行に特化した旅行フェア開催(タイ)	100
5. ウェブサイトの言語／事務所別アクセス数の推移	101
6. 各市場向けFacebook及び微博の運用状況	102
7. インドネシア市場向けウェブサイトを開設	103
8. マンスリーウェブマガジンの記事事例	104
9. 地域産品サイトを開設	105
10. スマートデバイスによる情報提供事例	105
11. メディア取材支援実績の内訳	106
12. 海外事務所発行のニュースレターの例(ニューヨーク事務所発行)	107
13. 全国の認定外国人観光案内所数(都道府県別・カテゴリー別)	108
14. JNTO 認定外国人観光案内所研修会について	109
15. 平成25年度通訳案内士試験実施概要	110
16. ジャカルタ事務所開所式典	111
17. 海外事務所の組織・業務目標及び事業方針 評価及び参考項目	112
18. 海外事務所の組織・業務目標及び事業方針 評価結果概要	113
19. 役職員講演実績	114
20. 月例訪日外客統計発表資料の例	118
21. 報道発表案件一覧	119
22. 広報効果(理事長インタビュー、職員寄稿記事、プレスリリース掲載記事)	121
23. 運営費交付金の算定ルール	124
機構関連の用語集	126

参考資料1 第11回JNTOインバウンド旅行振興フォーラム

平成26年1月30日及び31日、機構は「第11回JNTOインバウンド旅行振興フォーラム」をホテル椿山荘東京で開催した。参加者は日本各地の地方公共団体、観光・コンベンション推進機関、宿泊施設、旅行会社、運輸機関等、機構の賛助団体及び会員を中心に919人(2日間延べ人数)となった。

JNTOインバウンド旅行振興フォーラムでは、2日間にわたり海外事務所長等が最新のインバウンド市場動向を説明するセミナー会場と、海外事務所長等と参加者が事前アポイントメント形式で個別面談を行う個別相談会場を設け、セミナーと個別相談会を同時並行で運営した。

セミナーでは、地域別の各主要市場の最新動向の説明のほか、インバウンド関係者の関心を集めている「ムスリム市場」や「MICEの現状と取組」のほか、平成25年12月にユネスコの無形文化遺産に登録された「和食」等のテーマに関する講演を行った。

個別相談会では、訪日旅行者数の増大が顕著な東南アジア市場について、「インドネシア」デスクと「ASEAN」デスクを新たに設置し、参加者のニーズに応えるように努めた。

当日、会場のホワイエにおいては、賛助団体・会員間相互のPR、情報交換、ビジネスの促進のため、申込みのあった賛助団体及び会員等8団体によるB to Bデスクを設置し、事業パートナー相互の情報交換の場とした。

1月30日夜に開催した「交流会」では、多くの参加者が機構の海外事務所長及び次長との意見交換・交流を行った。

第11回JNTOインバウンド旅行振興フォーラムに参加した賛助団体・会員を対象としたアンケートでは、全体評価で「大変役立った」が48%、「役立った」が51%と、ほぼ全員(99%)が「役立った」と回答した。

(上記報告は以下のウェブサイトから抜粋)

http://www.jnto.go.jp/jpn/biz_partners/report/inbound_forum.html



参考資料2 ムスリム・ツーリズムセミナー

平成25年5月17日、機構は「ムスリム・ツーリズムセミナー」を東京都内で開催した。参加者は日本各地の地方自治体、観光・コンベンション推進機関、宿泊施設、旅行会社、運輸機関等、機構の賛助団体及び会員を中心に106人となった。当日は多くのマスコミが取材に入るなど、関心の高さがうかがえた。

ムスリム・ツーリズムセミナー開催概要

1. 開催目的：訪日旅行の成長著しい東南アジア市場のインドネシア及びマレーシアにおけるムスリム・ツーリズムの最新の市場動向及び受入状況について、国内インバウンド関係者と共有する。
2. 開催日時：平成25年5月17日(金) 12:30～15:30
3. 開催場所：品川プリンスホテル（東京都品川区）
4. 主催：日本政府観光局(JNTO)
5. 協力：観光庁
6. 参加者数：106人
7. プログラム：
 - ・ハラールフード体験・解説:ハラール食品会社
 - ・ムスリム層旅行動向調査概要:日本政府観光局
 - ・マレーシアからのムスリム旅行者の概況:マレーシア旅行会社
 - ・インドネシアからのムスリム旅行者の概況:インドネシア旅行会社
 - ・質疑応答



参考資料3 機構が関与したビジット・ジャパン事業の実績

機構が海外マネジメント業務等に関与した事業は以下のとおり。

事業名	実施国
平成25年度韓国における旅行博に併設した訪日旅行商談会等実施事業	韓国
風評被害対策における韓国観光イベント及び記事広告掲載事業	韓国
平成25年度韓国における「マラソン・ジャパン」開催事業	韓国
平成25年度韓国における海外現地オールジャパン連携事業	韓国
平成25年度韓国における訴求コンテンツを深掘りした新たな訪日旅行商品促進事業	韓国
平成25年度韓国における日韓間直行便等の拡大を契機としたエアライン等との訪日旅行促進事業	韓国
平成25年度韓国における訪日旅行需要回復のための情報発信事業	韓国
平成25年度韓国における訪日旅行促進のための旅行会社等との共同広告実施事業	韓国
平成25年度中国市場におけるビジット・ジャパン基幹クリエイティブを活用した広告宣伝及び旅行会社との共同広告実施事業	中国
平成25年度中国市場における海外現地オールジャパン連携事業	中国
平成25年度中国市場における旅行博・商談会等出展事業	中国
北京国際旅游博覧会(BITE)2013出展事業	中国
平成25年度香港におけるご当地グルメを活用した訪日旅行プロモーション事業(海外現地オールジャパン連携事業)	香港
平成25年度 香港における広告宣伝及び旅行会社等との共同広告実施事業	香港
平成25年度 香港における旅行博出展・商談会開催事業	香港
第13回Thai International Travel Fair(8月期)における海外現地オールジャパン連携事業及び併催セミナー商談会実施事業	タイ
平成25年度タイにおける海外現地オールジャパン連携事業及びセミナー・商談会実施事業	タイ
平成25年度タイにおける広告宣伝及び旅行会社との共同広告等実施事業	タイ
第3回Visit Japan FIT Travel E26Fairにおける海外現地オールジャパン連携事業及び併催商談会実施事業	タイ
平成25年度シンガポールにおける「JAPAN TRAVEL FAIR 2013」(仮称)運営事業	シンガポール
平成25年度シンガポールにおけるテレビ番組制作事業(放映枠の確保)	シンガポール
平成25年度シンガポールにおける海外現地オールジャパン連携事業(2月期)	シンガポール
平成25年度シンガポールにおける海外現地オールジャパン連携事業(8月期)	シンガポール
平成25年度シンガポールにおける共同広告等実施事業	シンガポール
平成25年度シンガポールにおける教育セミナー・インセンティブセミナー事業	シンガポール
平成25年度マレーシアにおけるLCC新規就航に伴う訪日旅行促進事業	マレーシア

平成25年度マレーシアにおけるセミナー・商談会開催事業	マレーシア
平成25年度マレーシアにおける海外現地オールジャパン連携事業(3月期)、セミナー・商談会開催事業、旅行会社等との共同広告実施事業(下期)及び旅行会社招請事業	マレーシア
平成25年度マレーシアにおける海外現地オールジャパン連携事業(9月期)及び旅行会社等との共同広告実施事業(8月期)	マレーシア
平成25年度マレーシアにおける市場情報収集・現地旅行会社への情報提供等事業	マレーシア
平成25年度インドネシアにおける広告宣伝及び旅行会社等との共同広告等実施事業	インドネシア
平成25年度インドネシアにおけるセミナー・商談会開催事業	インドネシア
平成25年度インドネシアにおける海外現地オールジャパン連携事業(9月期)	インドネシア
平成25年度インドネシアにおける大相撲ジャカルタ巡業との連携による訪日旅行促進事業	インドネシア
平成25年度インドネシアにおける日・インドネシア間直行便等の拡大を契機としたエアライン等との訪日旅行促進事業	インドネシア
平成26年度インドネシアにおける海外現地オールジャパン連携事業(下期)、旅行会社招請事業、出展等事業	インドネシア
平成25年度フィリピンにおける海外現地オールジャパン連携事業	フィリピン
平成25年度フィリピンにおける訪日旅行促進事業及び現地での情報発信・市場動向調査事業	フィリピン
平成25年度ベトナムにおけるメディア招請及び訪日旅行促進イベント実施事業	ベトナム
平成25年度ベトナムにおける旅行会社等との共同広告及びセミナー・商談会実施事業	ベトナム
平成25年度ASEAN共通キャンペーンの実施による訪日旅行促進事業	ASEAN
インド現地での情報発信・市場動向調査事業	インド
平成25年度インドにおける海外現地オールジャパン連携事業	インド
平成25年度豪州における訪日旅行促進事業	豪州
平成25年度豪州における旅行博出展等事業	豪州
平成25年度豪州及びニュージーランドにおける海外現地オールジャパン連携事業	豪州・ニュージーランド
平成25年度米国におけるOF、BGTS、LATAS、SGTS、NYTTS、HF及びカナダにおけるOAST出展事業(海外現地オールジャパン連携事業)	米国
平成25年度米国におけるセミナー・商談会等開催事業	米国
平成25年度米国における広告宣伝及び旅行会社等との共同プロモーション等実施事業	米国
平成25年度米国における訪日旅行促進のためのウェブサイト等制作・運営事業	米国
平成25年度米国における旅行博出展等実施事業	米国
米国における海外進出日系企業と連携した訪日旅行促進事業	米国
平成25年度Japan Expoを活用した訪日旅行プロモーション事業(海外現地オールジャパン連携事業)	米国

平成25年度市場横断事業World Routes2013出展事業	米国
平成25年度メキシコにおけるFITA、米国におけるNYCC、DTAS及びカナダにおけるSITV出展事業(海外現地オールジャパン連携事業)	メキシコ
平成25年度カナダ市場におけるフランス語圏への訪日旅行促進事業	カナダ
平成25年度カナダ市場におけるメインストリーム向け訪日旅行促進事業	カナダ
平成25年度カナダ市場における訪日旅行促進事業	カナダ
平成25年度ロシアにおける海外現地オールジャパン連携事業	ロシア
平成25年度ロシア市場における訪日旅行市場調査事業	ロシア
平成25年度英国・オランダ・イスラエルにおける海外現地オールジャパン連携事業	英国・オランダ・イスラエル
平成25年度フィンランド・スウェーデンにおける海外現地オールジャパン連携事業	フィンランド・スウェーデン
Japan Expo2013における海外現地オールジャパン連携事業	フランス
イタリアにおける日本食レストランを活用した訪日旅行促進事業	イタリア
平成25年度フランス・ベルギーにおける海外現地オールジャパン連携事業	フランス・ベルギー
平成25年度イタリア・スペインにおける海外現地オールジャパン連携事業	イタリア・スペイン
平成25年度ドイツにおけるSeatrade Europe出展事業	ドイツ
平成25年度ドイツにおける海外現地オールジャパン連携事業及び現地旅行会社招請事業	ドイツ
アンビエンテを活用した海外進出日系企業のデザイン力を活用した訪日旅行促進事業	ドイツ
平成25年度サンパウロにおけるFestival do Japao(日本まつり)	ブラジル
平成25年度ポーランド・スイスにおける海外現地オールジャパン連携事業	ポーランド・スイス
平成25年度英国・フランス・ドイツにおける航空会社・旅行会社等との共同広告事業	英国・フランス・ドイツ
平成25年度欧州市場における旅行博出展事業(WTM・ITB)	欧州
平成25年度欧州における航空路線拡大を契機とした共同広告等事業	欧州
平成25年度欧米市場における富裕層を対象とした訪日旅行商品造成促進等事業	欧州
平成25年度 グローバル情報誌を活用した訪日旅行促進事業	全世界
平成25年度台湾における訪日旅行促進のためのウェブサイト等制作・運営事業	台湾
平成25年度台湾におけるビジット・ジャパン基幹クリエイティブを活用した広告宣伝及び旅行会社等との共同広告実施事業	台湾
平成25年度台湾における訪日教育旅行促進事業	台湾
平成25年度台湾における旅行博出展・商談会開催事業	台湾
平成25年度台湾漫画博覧会における海外現地オールジャパン連携事業	台湾

風評被害対策における台湾メディア・旅行会社招請及びFIT向け観光ツール作成事業	台湾
平成25年度台湾におけるウェブを活用した春季訪日旅行促進事業	台湾
平成25年度台湾における春季訪日旅行促進のための広告宣伝事業	台湾
東アジアからの旅行会社招請・商談会開催等事業	台湾・香港・ 中国
海外有力メディア・旅行会社招請のための手配業務	中国・韓国等 16市場
VISIT JAPANトラベルマート(VJTM)2013事業	中国・韓国等 20ヶ国・地域
Share Your Wow Japan Photo Contest事業	世界各国
「普遍的な日本の魅力」の再構築・発信事業	世界各国

参考資料4 訪日旅行に特化した旅行フェア開催(タイ)

平成26年2月20日～23日、タイ・バンコク市内のシリキット国際会議場で標記トラベルフェアが開催され、35万人以上が来場した。日本からは観光庁・JNTOをはじめ、官民あわせて59社・団体が参加し、一般消費者に対し日本の観光魅力をPRするとともに、旅行商品販売の促進を行った。

タイ市場は近年海外旅行の需要が増加しており、旅行目的地としての日本の人気も高まりつつあり、平成25年7月の査証免除を受けて大きく成長している。今後大幅な訪日客の増加が見込める有望市場である。

- 開催場所：クイーン・シリキット国際会議場(Queen Sirikit National Convention Center)
- 主催者：Thai Travel Agency Association(TTAA タイ旅行サービス協会)
- 来場者数：約35万人
- 総出展ブース数：711ブース
 - ※ 出展した他国大使館・観光局は、台湾、韓国、香港、マレーシア、フィリピン、シンガポール、ニュージーランド、トルコ、スイス、ドイツ、南アフリカ他
- 日本ブース出展者：計59団体
 - ※ 協力：在タイ日本国大使館、自治体国際化協会シンガポール事務所、日本学生支援機構
- 会場での訪日旅行商品販売支援実績(開催4日間の実績)
 - ・ 連携した旅行会社数：77社
 - ・ 連携した旅行会社での訪日旅行商品購入者：6,627人
(内訳：団体パッケージ3,039人、FIT商品3,588人)
 - ・ 訪日旅行商品の販売総額(概算)約2.07億バーツ(約6.4億円)

<出展風景>



参考資料5 ウェブサイトの言語／事務所別アクセス数の推移

機構が運用するウェブサイトの言語／事務所別アクセス数

(単位:ページビュー)

事務所	言語	平成24年度	平成25年度	平成25年度増加率
				平成24年度比
本部	英語	* 38,548,149	* 43,025,080	11.6%
	中国語繁体(台湾向け)	* 15,485,707	* 46,664,477	201.3%
	アラビア語	129,503	190,467	47.1%
	日本語	6,297,608	9,761,555	55.0%
ニューヨーク	英語	* 38,216,674	* 36,479,536	-4.5%
ロサンゼルス	ポルトガル語	89,034	132,452	48.8%
トロント	英語・フランス語	* 1,344,351	* 2,396,618	78.3%
ロンドン	英語	* 3,038,640	* 2,120,799	-30.2%
	ロシア語	244,348	248,758	1.8%
パリ	フランス語	* 6,755,120	* 7,623,473	12.9%
	スペイン語	487,424	538,915	10.6%
	イタリア語	396,340	409,263	3.3%
フランクフルト	ドイツ語	* 2,474,685	* 2,707,932	9.4%
北京	中国語簡体	31,299,064	77,507,177	147.6%
香港	中国語繁体	* 47,583,002	* 50,730,147	6.6%
ソウル	韓国語	* 20,533,810	* 19,756,200	-3.8%
シンガポール	英語	* 53,695,375	* 58,260,936	8.5%
バンコク	タイ語	* 25,261,179	* 35,563,659	40.8%
ジャカルタ	インドネシア語	—	* 550,107	—
シドニー	英語	* 6,501,969	* 8,844,077	36.0%

※先頭に*付のアクセス数は、Facebookページのページビュー数を含む。
 ※上記以外に各言語には分類してい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。

参考資料6 各市場向けFacebook及び微博の運用状況

○ Facebookの運用状況

事務所	ページ名称	開設年月	ファン数 (平成25年3 月末)	ファン数 (平成26年3月 末)	増加率 (%)
米国	Visit Japan	平成21年 8月	154, 371	219, 431	42. 1
シンガ ポール	Visit Japan Now	平成21年11月	142, 176	221, 490	55. 8
タイ	การท่องเที่ยวญี่ปุ่น - Visit Japan	平成22年 8月	95, 199	231, 950	143. 6
英国	Visit Japan from the UK	平成22年 9月	14, 954	18, 595	24. 3
香港	Visit Japan for HK	平成22年10月	79, 004	118, 380	49. 8
カナダ	I Love Japan	平成22年11月	20, 393	49, 239	141. 5
フランス	Découvrir le Japon	平成23年 4月	17, 005	21, 813	28. 3
ドイツ	Japanische Fremdenverkehrszen- trale	平成23年 9月	4, 480	4, 977	11. 1
インド	Visit Japan From India	平成23年10月	14, 049	15, 611	11. 1
韓国	Join J route	平成23年10月	17, 995	23, 622	31. 3
豪州	Visit Japan Down Under	平成23年10月	20, 819	27, 913	34. 1
台湾	日本旅遊活動 VISIT JAPAN NOW	平成23年11月	59, 460	230, 678	288. 0
グローバル	Visit Japan International	平成23年12月	22, 861	51, 904	127. 0
ベトナム	Cảm nhận Nhật Bản	平成25年10月	—	10, 485	—
インドネシア	Kunjungi Jepang dari Indonesia	平成26年 1月	—	37, 912	—
合 計			662, 766	1, 284, 000	93. 7

○ 微博の運用状況

事務所	ページ名称	開設年月	ファン数 (平成25年3月 末)	ファン数 (平成26年3月 末)	増加率 (%)
北京事務所	日本国家旅游局JNTO	平成22年7月	58, 361	124, 457	113. 3
上海事務所	日本国家旅游局—上海	平成23年5月	70, 524	154, 349	118. 9
合 計			128, 885	278, 806	116. 3

参考資料7 インドネシア市場向けウェブサイトを開設

JEPANG

Pemanduan wisata dari Jepang
Japan National Tourism Organization

Pilih bahasa

Situs lokal

Tohoku

Daerah yang cukup menarik dengan salju dan Onsen (Sumber air panas) pada musim dingin

Home

Tema

Area

Informasi Perjalanan

Untuk Perjalanan

Informasi terbaru

MORE >

- ▶ 20-03-2014 JNTO membuka kantor di Jakarta !
- ▶ 18-03-2014 Datanglah ke Japan Booth @ASTINDO FAIR 2014
- ▶ 10-03-2014 Nikmati perjalanan ke Jepang bersama ANAI
- ▶ 10-03-2014 Yang Baru di Osaka!
- ▶ 07-03-2014 Nikmati keindahan iluminasi "Higashiyama Hanatouro"
- ▶ 03-03-2014 Free Wi-Fi Service in Osaka

Facebook

Utility Zone

Map

Weather

Hotels & Ryokan Search

Visit Japan Channel

DISCOVER the SPIRIT of JAPAN

JAPAN VIDEOS

JAPAN

PHOTO LIBRARY

Tema

Perbelanjaan
Di Jepang, banyak terdapat barang yang berasal dari seluruh dunia, dan barang Je

Kebudayaan Jepang
Di Jepang terdapat berbagai kebudayaan tradisional. Mari menikmati dan mencoba kf...

Festival, Acara
Ikutlah ke dalam "kemeriahan" yang luar biasa di "matsuri" atau festival Jepang!...

Musim
Kepulauan Jepang, sebagian besar berada di zona sedang dan iklimnya dicirikan def...

Arsitektur
Yang satu merupakan bangunan kayu yang dibangun sekitar 1.400 tahun yang lalu. D

Teknologi Tindaq
Bayangkan saja, apa yang akan dihasilkan dari penggabungan, teknologi tindaq, bul...

Museum, Galeri Seni....
Tempat di mana Anda mungkin dapat merasakan satu atau dua inspirasi menentuh val...

Kuil Shinto, Kuil Buddha, Taman
Esensi budaya Jepang... Kuil Shinto, Kuil Buddha, Taman

Alam, Pemandangan Pedesaan
Gambaran yang hampir menjadi purwarupa pemandangan alam yang

Pasar Terbuka, Surga bagi Para Pecinta Kuliner
Bahan-bahan tersegar dan terbaik dari laut dan gunung. Puaskan diri Anda dengan f...

Mari menikmati olahraga di Jepang
Di Jepang terdapat berbagai macam olahraga, mulai dari olahraga profesional yang!

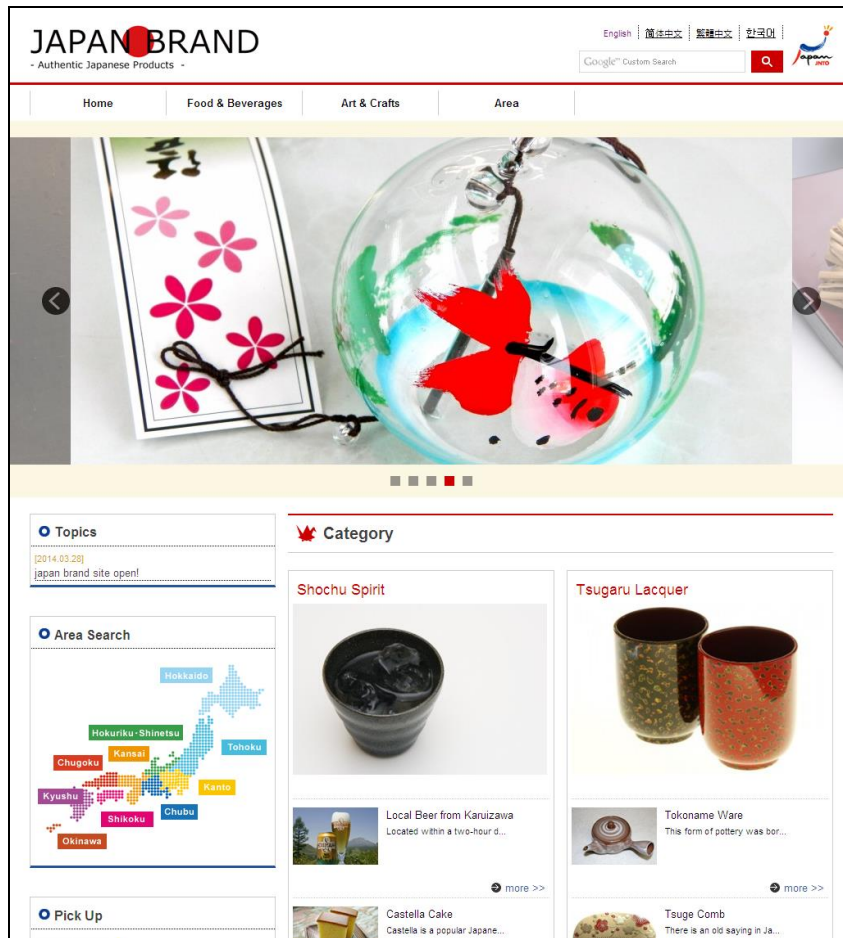
Informasi Perjalanan

- ▶ Transportasi
- ▶ Akomodasi
- ▶ Makan di Luar
- ▶ Panduan Wisata di Jepang untuk Wisatawan Muslim
- ▶ Informasi yang menguntungkan

Untuk Perjalanan

- ▶ Informasi Visa
- ▶ Biro Perjalanan
- ▶ Maskapai Penerbangan

参考資料9 地域産品サイトを開設



参考資料10 スマートデバイスによる情報提供事例



【タブレット向けサイト(中国語繁体字版)】

参考資料11 メディア取材支援実績の内訳

(単位:件)

地域 媒体種類	アジア	豪州	欧州	米州	その他	合計
ガイドブック	13	0	5	3	0	21
新聞・雑誌 (一般)	164	38	327	93	9	631
新聞・雑誌 (旅行業界)	99	20	112	73	4	308
テレビ ラジオ	127	4	30	16	7	184
インターネット	100	13	93	434	1	641
その他	1	0	0	1	0	2
合計	504	75	567	620	21	1,787

※ 上記地域分類は、発行国・地域ベースとなっている。例えば、ロンドン事務所で取材を斡旋した雑誌がブラジルで出版される場合、米州に分類される。

※ 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。

参考資料12 海外事務所発行のニュースレターの例(ニューヨーク事務所発行)

Japan. Endless Discovery.    

Travel Newsletter Vol.34
JAPAN
 February 2014

Featured Highlight

Japan's Charming Ports O' Call
[Read More](#)

News of the Month

Cruises Focusing on Japan

[Get the details](#)

Cherry Blossom 2014 Forecast Update

[Get the details](#)

New Industrial Tourism Website

[Get the details](#)

Event in Japan

The Glory of Spring
 After a long, cold, and snowy winter, spring has finally sprung, and the beauty of the season is welcomed not only with sighs of relief, but in a wealth of haru matsuri, or spring festivals taking place all over Japan...
[Get the details](#)



Special Tour Package

Sake Journeys
 Sake Journey's 2014
 Tour from \$3,980
 (Land Only) 

Japan Experience
 Self-drive tour in Kyushu Island
 from \$680 (2 People, Land Only)


Event in U.S.

Japan Week 2014

[Get the details](#)

Sakura Matsuri

[Get the details](#)

IACE TRAVEL
 HOKKAIDO & RUSSIA
 CRUISE from \$1,823
 (Cruise Only) 

Destination Japan by H.I.S.
 Japan Homestay
 Program from \$525
 (5 nights, Land Only) 

Useful Travel Information

Transportation to Major Cruise Ports


Honolulu Festival


JTB USA Inc.
 HOKKAIDO
 LAVENDER TOUR
 from \$2,100 (Land Only) 

Super Value Tours
 10 Day Japan Classics Tour
 from \$2,650 

参考資料13 全国の認定外国人観光案内所数(都道府県別・カテゴリー別)

	カテゴリー3	カテゴリー2	カテゴリー1	パートナー施設	合計
北海道	0	9	9	0	18
青森県	0	4	2	0	6
岩手県	0	2	7	0	9
宮城県	0	3	1	0	4
秋田県	0	1	3	0	4
山形県	0	1	0	1	2
福島県	0	0	5	0	5
茨城県	0	0	3	0	3
栃木県	0	2	3	2	7
群馬県	0	2	1	0	3
埼玉県	0	0	3	0	3
千葉県	2	4	7	1	14
東京都	4	15	6	6	31
神奈川県	0	5	5	3	13
山梨県	0	1	10	1	12
新潟県	0	2	5	0	7
富山県	0	0	9	1	10
石川県	0	1	5	4	10
長野県	0	4	11	1	16
福井県	0	0	3	0	3
岐阜県	0	2	13	0	15
静岡県	0	3	25	0	28
愛知県	0	5	4	1	10
三重県	0	3	5	0	8
滋賀県	0	0	8	0	8
京都府	1	5	4	2	12
大阪府	0	5	6	1	12
兵庫県	0	3	2	0	5
奈良県	0	1	3	2	6
和歌山県	0	1	1	0	2
鳥取県	0	1	2	0	3
島根県	0	1	3	0	4
岡山県	0	1	3	0	4
広島県	0	3	7	4	14
山口県	0	0	3	1	4
徳島県	0	1	1	0	2
香川県	0	1	1	0	2
愛媛県	0	1	2	1	4
高知県	0	2	0	0	2
福岡県	0	7	6	0	13
佐賀県	0	0	4	0	4
長崎県	0	2	0	0	2
熊本県	0	6	1	0	7
大分県	0	2	0	1	3
宮崎県	0	1	3	0	4
鹿児島県	0	1	2	0	3
沖縄県	0	2	3	0	5
計	7	116	210	33	366

参考資料14 JNTO 認定外国人観光案内所研修会について

全国の認定案内所関係者が、訪日外国人旅行者の動向や最新の受入関連の情報について理解を深め、共通の課題について意見交換を行うことで、案内業務のさらなる質の向上と全国規模での受入対応力の強化を図ることを目的に、認定案内所関係者を対象とした研修会を以下のとおり開催した。

1. 開催日 平成26年2月20日(木)、2月21日(金)

2. 会場／プログラム

1日目 平成26年2月20日(木) 13:00～18:00

場所：フクラシア東京ステーション5階 会議室H

内容：訪日外国人旅行者の動向及び受入についての説明

案内業務についての事例紹介及びグループディスカッション

Wi-FiやSIMカード等の訪日外国人旅行者の通信環境についての説明及び実習

(講師：日本通信㈱ アシスタントバイスプレジデント 後藤堅一氏 ほか)

2日目 平成26年2月21日(金) 9:30～13:00

場所：日本アセアンセンター1階 アセアンホール

内容：ムスリム訪日旅行市場の概況説明

アセアンからのムスリム訪日旅行者についての説明

(講師：日本アセアンセンター 観光交流部長代理 神田瑞穂氏)

ハラールフード解説

(講師：㈱二宮 代表取締役社長 二宮伸介氏)

JNTO外国人総合観光案内所(TIC)及び都内認定案内所視察

3. 参加者数

- 2月20日 123人
- 2月21日 104人

4. 参加者からの評価

研修会後の参加者アンケートでは4段階評価中、上位2つを得た割合が1日目は93%、2日目は96%となった。

参考資料15 平成25年度通訳案内士試験実施概要

① 実施日程

願書・施行要領の配付と願書受付期間	: 平成25年5月20日(月)～6月24日(月)
筆記試験	: 平成25年 8月25日(日)
筆記試験合格発表	: 平成25年11月15日(金)
口述試験	: 平成25年12月 8日(日)
最終合格発表	: 平成26年 2月 7日(金)

② 試験地

筆記試験	: 札幌市、仙台市、東京近郊、名古屋市、大阪近郊、広島市、福岡市、那覇市、ソウル市、北京市、台北市
口述試験	: 東京近郊、大阪近郊、福岡市

③ 試験科目

筆記試験	: ◎外国語(出願者の選択する一ヶ国語) (英語)……………記述式とマークシート方式の併用 (フランス語、スペイン語、ドイツ語、中国語、イタリア語、ポルトガル語、ロシア語、韓国語、タイ語)……………記述式 ◎日本地理、日本歴史、産業・経済・政治・文化に関する一般常識 ……………マークシート方式
口述試験	: 筆記試験で選択した外国語による通訳案内の現場で必要とされるコミュニケーションを図るための実践的な能力について判定

④ 受験料 : 8,700円

⑤ 実施結果

出願者数(延べ数)	: 5,535人
受験者数	: 4,706人
合格者数(最終)	: 1,201人
合格数	: 25.5%

参考資料16 ジャカルタ事務所開所式典

1. 日時 : 平成26年3月24日 12:30-13:15
2. 会場 : シャングリラ・ホテル・ジャカルタ
3. プログラム:
 - 開 会 : ジャカルタ太鼓クラブによるパフォーマンス
 - 主催者挨拶: JNTO松山理事長
 - 来賓挨拶: インドネシア観光創造経済省 エステイ総局長
 - テープカット
 - 在インドネシア日本大使館 鹿取大使
 - アセアン日本政府代表部 相星大使
 - インドネシア観光創造経済省 エステイ総局長
 - インドネシア外務省アジア大洋州局 トウンパル副局長
 - インドネシア航空券発券代理店協会 エリー会長
 - 観光庁 大野国際観光課長
 - JNTO松山理事長
 - JNTO石崎ジャカルタ事務所長
 - ジャカルタ事務所スタッフ紹介
 - 中 締 め : JNTO石崎ジャカルタ事務所長
4. 参加者数 : 約200人(日尼政府関係者、現地旅行会社、航空会社、メディア等)



参考資料17 海外事務所の組織・業務目標及び事業方針 評価及び参考項目

■平成25年度「海外事務所の組織・業務目標及び事業方針」評価及び参考項目

◇評価項目(数値目標):数値実績の把握及び「各項目への取組み」に関し事務所及び本部担当部が定性評価を行い、各事務所の評価とする。

項目	担当部
I. 訪日プロモーション業務に関する指標	
(1) 面談方式の個別コンサルティング実施件数	事業連携推進部
(2) ウェブサイトのアクセス数(ページビュー数)	事業連携推進部
(3) 造成・販売支援を行った旅行商品による訪日外国人数	海外マーケティング部
II. 国際会議等の誘致・開催支援業務に関する指標	
(1) 国際会議及びインセンティブ旅行への外国人参加予定者数	コンベンション誘致部

◇参考項目:「各項目への取組み」に関し事務所及び本部担当部が定性評価を行い、各事務所評価の参考とする。

項目	担当部
I. 訪日プロモーション業務に関する指標	
1. 訪日プロモーション業務に関する指標 全般(海外マーケティング部所掌業務)	海外マーケティング部
(1) メディア・旅行会社支援者数	海外マーケティング部
(2) Eラーニング参加者数	
(3) 現地セミナー実施回数・参加者数	
(4) ニュースレター・プレスリリース発行回数・配信件数	
(5) 現地マーケティング活動費の活用	
(6) メディア広報(成果件数・広告換算額)	
(7) Facebook・微博ファン数、twitterフォロワー数	
2. 訪日プロモーション業務に関する指標 全般(事業連携推進部所掌業務)	事業連携推進部
II. 国際会議等の誘致・開催支援業務に関する指標	
1. 国際会議等の誘致・開催支援業務に関する指標 全般	コンベンション誘致部
(1) 国際会議キーパーソン招請(件数及び人数)	コンベンション誘致部
(2) インセンティブ旅行キーパーソン招請(件数及び人数)	
(3) JNTO主催の現地セミナー・現地ネットワーキングイベント (回数及び参加者数)(外国人参加者数、日本人参加者数)	
III. その他	
1. 管理業務全般	経営戦略部
(1) 適切な予算及び資金管理	経営戦略部
(2) 在外公館、他独法等公的機関との連携	

参考資料18 海外事務所の組織・業務目標及び事業方針 評価結果概要

■ 検証結果概要

事務所	平成25年度(インセンティブ旅行)			検証結果概要
	目標値 (人)	実績値 (人)	達成率 (%)	
ソウル	25,220	27,810	110.3	ソウル・プサンでのインセンティブセミナーをはじめ、キーパーソン意見交流会(40回)の実施など、いまだ原発報道に影響が残る中、25,000人以上の訪日旅行の開催に成功し目標を達成した。
北京	4,750	3,376	71.1	北京は政治情勢に敏感な国営企業が集中していることから尖閣問題の影響が大きかったが、出展事業やセミナーのフォローアップを地道に行った。目標を達成できなかったが、小規模インセンティブ旅行を着実に獲得するなど取組は評価に値する。
上海	5,120	5,556	108.5	尖閣問題や中国当局による「儉約令」等、インセンティブ旅行自粛傾向のなかでも、現地最大手旅行会社Ctripの社内インセンティブ旅行を関係自治体等と連携して獲得するなどにより目標を達成した。
香港	2,300	3,356	145.9	東京周辺を目的地としたインセンティブ旅行を中心に獲得するなど現地のニーズを的確に把握し、目標を達成した。ユニークベニューや体験プログラムの情報提供依頼が多いので、今後はこの種の情報提供を増やしていきたい。
バンコク	5,070	11,866	234	査証免除を全面に押し出し、効果的にセールス活動を展開したことにより、目標を大幅に上回った。タイ市場のインセンティブ旅行は、テクニカルビジットの要素を含む案件等、内容が多様化しつつあり今後も情報収集に努めたい。
シンガポール	5,950	5,352	89.9	目標達成には至らなかったが、シンガポール・マレーシアのキーパーソンと連絡を密にしインセンティブショーケース等も活用しながら関係強化に努めている。マレーシアの査証免除の好機を活用するなど、今後もツアー造成に繋がるように努める。
(ジャカルタ)	—	433	—	事務所開設準備と並行し、インセンティブショーケース事業に現地有力旅行会社3名を招請するなどし、造成に繋げた。インドネシアではムスリム対応(食事・礼拝所等)が重要であり、現地のニーズを本部と共有し本格的な活動に努めたい。
シドニー	920	1,777	193.2	AIMEへの出展及びMICEセミナー開催後に積極的にフォローアップを行い、シドニー地域を中心にMICEバイヤーと友好的な関係構築に努め、目標を達成した。
ロンドン	350	500	142.9	欧州の見本市やオイスターのイベント参加、現地のネットワークへの地道なセールス活動を継続すると共に、データベースを改善すること等により結果、目標を達成した。
パリ	60	185	308.3	MEDEXやMICE商談会へのANAとの共同出展等、MICE市場に対し積極的な働きかけを強化した。また、基本的なことではあるが、関係者からの依頼・照会に迅速に対応することにより目標を大幅に上回る実績を達成した。
フランクフルト	10	—	—	ロンドン事務所と連携して関係者への働きかけを行ったが、実績を挙げることはできなかった。今後は、企業をクライアントに持つ旅行会社を中心にヒアリングを強化し実績を上げられるように努めたい。
ニューヨーク	100	300	300.0	米国経済状況を反映しMICE市場は停滞気味ではあったが、データベースの更新作業を手掛けデータを有効活用すると共に、見本市等にて新規リード案件の発掘に努めた結果、目標を達成した。
ロサンゼルス	140	132	94.3	事務所のマンパワーを考慮し、旅行会社等の情報交換時には一般観光のみならずMICEの最新情報を一緒にヒアリングするように努めるとともに、関係自治体(札幌)と連携し、概ね目標を達成した。
トロント	300	574	191.3	カナダ経済が概ね好調であることを背景に、旅行会社等への情報収集を行い有望案件に対しツアー造成に繋がるように地道ではあるがコンタクトに努め、目標を達成した。
合計	50,290	61,217	121.7	

参考資料19 役職員講演実績

開催日	主催者	講演会名	派遣講師	講演内容
平成25年 4月19日	日本経済新聞社	中部経済活性化シンポジウム	原口 健司 (海外マーケティング部Mgr)	中華圏が取り組む中部・北陸エリアへの昇龍道プロジェクトとは
平成25年 4月22日	三重県志摩市	日台観光セミナー	井久保 敏信 (海外マーケティング部SS)	台湾からの訪日観光客の誘致について
平成25年 5月16日	Booking.com(ブッキングドットコム)	2013 Booking.com 東京セミナー	大野 金幸 (事業連携推進部長)	最近の日本へのインバウンドお取組及び動向について
平成25年 5月28日	明海大学ホスピタリティーツーリズム学部	トラベル・エージェンシー論講義	奥田 有恒 (海外マーケティング部Mgr)	東南アジアからの訪日旅行の動向について
平成25年 5月29日	北海道運輸局	ムスリム観光客受入セミナー	下村 健一郎 (海外マーケティング部次長)	ムスリム観光圏訪日客の受入ノウハウについて
平成25年 6月3日	韓国・釜山市	国際コンベンションフォーラム	蛭川 彰 (コンベンション誘致部長)	日本のMICEの現状と取組について
平成25年 6月19日	国土交通省中部運輸局	昇龍道プロジェクト推進協議会 東南アジア部会	神田 辰明 (海外マーケティング部次長)	東南アジアにおける海外旅行の現状について
平成25年 6月24日	JTB旅館・ホテル連盟栃木支部インバウンド委員会	JTB 旅館・ホテル連盟栃木支部インバウンド委員会	蛭川 彰 (コンベンション誘致部長)	MICE及びインセンティブ旅行の取組と世界の状況等について
平成25年 6月28日	長崎県・日本アセアンセンター	平成 25 年度第 1 回インバウンド研究会	小堀 守 (海外マーケティング部長)	東南アジア訪日観光市場の動向とムスリム観光客の受入について
平成25年 7月11日	(一社)日本経済団体連合会・九州経済連合会、九州観光推進機構	国際観光シンポジウム	加藤 隆司 (理事)	VJ事業での日韓観光交流へ向けた取組について
平成25年 7月16日	JR九州旅連九州地域本部	訪日外国人誘客研修会 in バンコク	伊東 和宏 (バンコク事務所長)	タイの訪日旅行市場の概況及び最新事情について
平成25年 7月23日	(公財)日本観光振興協会、首都大学東京	観光経営トップセミナー	小堀 守 (海外マーケティング部長)	日本のインバウンド・プロモーションとマーケット分析について
平成25年 7月23日	ノースアジア大学(秋田市)	シティーカレッジ(公開講座)	松山 良一 (理事長)	日本の観光の現状と秋田県への期待
平成25年 7月25日	東京都台東区	外国人旅行者接遇研修会	青島 美奈子 (海外マーケティング部AM)	英語圏からの外国人旅行者の動向について
平成25年 7月25、 26日	徳島県観光協会	とくしまコンベンション誘致推進協議会設立総会及び第1回協議会	川崎 悦子 (コンベンション誘致部次長)	国・JNTO・地域におけるMICE取組について
平成25年 8月1日	泰日旅行業協会	8月定例会 講演会	神田 辰明 (海外マーケティング部次長)	タイからの訪日旅行市場の最新動向について

平成25年 8月29日	(株)ジェイティービー	JTB グループ地域交流 事業会議ビジット・ジャパ ン地方連携事業	奥田 有恒 (海外マーケティング部Mgr)	VJ事業の現状と今後のAS EAN市場の現状について
平成25年 9月2日	内閣府沖縄総合事 務局	JTB グループ地域交流 事業会議	伊東 和宏 (バンコク事務所長)	タイからの訪日インバウンド 最新の動向について
平成25年 9月14日	(一社)日本旅行業 協会	JATA 国際観光フォーラ ムシンポジウム	富岡 秀樹 (海外マーケティング部次長)	メディアとツーリズム・プロモ ーションについて
平成25年 9月18日	長野県、信州・長野 県観光協会	長野県観光関係者講演 会	神田 辰明 (海外マーケティング部次長)	東南アジア地域における訪 日旅行市場の動向について
平成25年 9月26日	中部コンベンション 連絡協議会	中部コンベンション連絡 協議会会議	川崎 悦子 (コンベンション誘致部次長)	MICEの誘致を巡る最近の 動きについて
平成25年 10月2日	青森県	インバウンド受入環境整 備促進会議	神田 辰明 (海外マーケティング部次長)	タイからの訪日インバウンド 市場について
平成25年 10月2日	(株)ジェイティービー	旅木連山梨支部 東南ア ジア戦略勉強会	奥田 有恒 (海外マーケティング部Mgr)	東南アジア各国の訪日旅行 最新情報と山梨県の取組に ついて
平成25年 10月8日	(一社)海外運輸協 力協会	JICA 研修団(観光とマー ケティング(A)コース)	富岡 秀樹 (海外マーケティング部次長)	JNTOの役割と活動につい て
平成25年 10月17日	仙台・宮城銀聴カ ード利用推進協議会	中国人観光客誘致セミナ ー	菊池 朋子 (海外マーケティング部AM)	訪日中国市場の魅力と今後 の展望について
平成25年 10月17日	(株)ジェイティービー	JTB グループ地域交流 事業会議	奥田 有恒 (海外マーケティング部Mgr)	アジアからの訪日旅行市場 の最新事情について
平成25年 10月21日	国立京都国際会館	京都国際会館情報交換 会	板垣 彩子 (コンベンション誘致部Mgr)	機構と観光庁の国際会議誘 致戦略について
平成25年 10月24日	国際commons学会 北富士大会組織委 員会	国際commons学会第 14 回世界大会	蛭川 彰 (コンベンション誘致部長)	MICEの意義、日本と世界 の現状、他の国内都市の成 功事例紹介等について
平成25年 10月31日	(一社)長崎県観光 連盟	長崎県観光セミナー	伊東 和宏 (バンコク事務所長)	タイからの訪日旅行市場の 現状について
平成25年 10月31日	外務省	外務省地方連携関西シ ンポジウム	加藤 隆司 (理事)	これからの日・ASEAN関係 ～地域レベルのASEANと の観光～
平成25年 11月5日	(一社)日本旅行業 協会	JATA訪日旅行推進委 員会セミナー	小堀 守 (海外マーケティング部長)	イスラム旅行市場の現状と 可能性について
平成25年 11月5日	(財)自治体国際化 協会	海外経済セミナー(観光 分野)	富岡 秀樹 (海外マーケティング部次長)	訪日外国人観光客の現状と 訪日需要喚起に向けた取組
平成25年 11月19日	明海大学	ホスピタリティーツーリズ ム学部 インバウンド講 義	富岡 秀樹 (海外マーケティング部次長)	東南アジアからの訪日旅行 市場の最新動向について
平成25年 11月25日	石川県	石川県インバウンド研究 会	奥田 有恒 (海外マーケティング部Mgr)	東南アジアの訪日旅行市場 の特性と訪日事情について

平成26年 1月6日	(公財)日本観光振興協会、明治大学	明治大学「学部間共通総合講座」	神田 辰明 (海外マーケティング部次長)	訪日旅行市場の創造と外国人観光客のおもてなし
平成26年 1月15日	(一社)海外運輸協力協会	JICA 研修「観光振興(セルビア・アルバニア・モンテネグロ)」	山田 洋 (事業連携推進部次長)	JNTOの役割と活動について
平成26年 1月15、 16日	外務省	日・アセアン観光交流会議	神保 憲二、小堀 守 (理事、海外マーケティング部長)	日・アセアン観光交流に向けた展望と課題等
平成26年 1月16日	大阪湾ベイエリア開発推進機構	インバウンド市場セミナー	小堀 守 (海外マーケティング部長)	インドネシア訪日市場の最新動向と今後の対応について
平成26年 1月17日	JTB協定旅館ホテル連盟	インバウンド委員会講演会	亀山 秀一 (事業連携推進部長)	JNTOとVJ事業との連携について
平成26年 1月20日	JTB中部圏誘致協議会	中部圏誘致協議会「賀詞交換会」	神田 辰明 (海外マーケティング部次長)	東南アジア地域における訪日旅行市場の動向について
平成26年 1月20日	立教大学	観光学部「国際観光政策論」	菊池 朋子 (海外マーケティング部AM)	JNTOの役割とVJ事業について
平成26年 1月23日	日本ショッピングセンター協会	日本ショッピングセンター全国大会	松山 良一 (理事長)	市場拡大を見据えた、これからのインバウンド戦略
平成26年 1月24日	日高東部・十勝南部広域連携推進協議会	観光シンポジウム	平田 真幸 (香港事務所長)	香港市場から見る日勝地域観光の可能性と戦略について
平成26年 1月24日	(株)ホテルオークラJALホテルズ	バンコク商談会・セールススクール	伊東 和宏 (バンコク事務所長)	タイからの訪日旅行市場について
平成26年 2月3日	(公財)京都文化交流コンベンションビューロー	平成 25 年度賛助会員総会	松山 良一 (理事長)	JNTOのMICE市場への取組と課題について
平成26年 2月3日	(財)自治体国際化協会	海外自治体幹部交流協力セミナー	富岡 秀樹 (海外マーケティング部次長)	日本における観光客誘致の取組について
平成26年 2月4日	栃木県国際観光推進協議会	外国人観光客誘致セミナー	奥田 有恒 (海外マーケティング部Mgr)	最新の訪日観光客市場動向について
平成26年 2月5日	東京都大田区	外国語ボランティアガイド養成講座	飯塚 一貴 (海外マーケティング部AM)	日本における観光客誘致の取組について
平成26年 2月5日	(公財)東京観光財団	タウンアメニティー委員会講演会	富岡 秀樹 (海外マーケティング部次長)	ビジットブリテンのロンドンオリンピックを活用した観光振興策について
平成26年 2月11日	東京都	インドネシアプロモーション in ジャカルタ	石崎 雄久 (ジャカルタ事務所長)	インドネシア訪日市場の最新動向について
平成26年 2月12日	東京都台東区	外国人旅行者接遇研修会	臼井 裕朗 (海外マーケティング部SAM)	日本における観光客誘致の取組(欧米市場)
平成26年 2月12、 13日	岩手県	台湾観光客市場開拓研修会	井久保 敏信 (海外マーケティング部SS)	台湾人訪日観光客の誘致策について

平成26年 2月13日	鹿児島県・鹿児島 県観光連盟	外国人観光客受入体制 推進講習会	加藤 英彦 (シンガポール事務所次長)	アセアン市場からの訪日観 光客について
平成26年 2月13日	東京都	ベトナムプロモーション in ハノイ	伊東 和宏 (バンコク事務所長)	ベトナム訪日市場の最新動 向について
平成26年 2月21日	人事院公務員研修 所	行政研修シンガポール 派遣コース	真鍋 英樹 (シンガポール事務所長)	JNTOの役割と活動につい て
平成26年 2月26日	富良野美瑛広域観 光推進協議会	ムスリム観光客受入セミ ナー	奥田 有恒 (海外マーケティング部Mgr)	ムスリム市場概観及び来年 度の方向性と取組について
平成26年 2月27日	博多まちづくり推進 協議会	おもてなし講座	菊池 朋子 (海外マーケティング部AM)	外国人旅行者から見た日本 の魅力について
平成26年 2月27日	富士山静岡空港利 用促進協議会	自治体空港利活用促進 委員会	君塚 秀喜 (経営戦略部次長)	訪日インバウンドの最新情 報・今後の戦略について
平成26年 3月2日	成田市	成田観光学シリーズ	松山 良一 (理事長)	訪日外国人旅行者2000万 人時代に向けて
平成26年 3月5日	神奈川県	ASEAN 訪日観光客対応 セミナー	平塚 由紀子 (海外マーケティング部DM)	アセアンからの訪日観光客 の各国の状況、特徴につい て
平成26年 3月6日	倉敷インバウンド誘 致委員会	倉敷インバウンド研修会	窪田 美香 (海外マーケティング部DM)	訪日フランス市場の攻略法 について
平成26年 3月19日	国土交通省中部運 輸局	昇龍道プロジェクト推進 協議会	鈴木 克明 (海外マーケティング部次長)	中国市場における海外旅行 等の現状について
平成26年 3月25日	松山観光コンベン ション協会	コンベンション地元誘致 懇談会	加藤 隆司 (理事)	2000万人の高みを目指し て～今後のインバウンド政 策と地域活性化～
平成26年 3月28日	(一社)不動産協会	不動産協会例会	松山 良一 (理事長)	日本の国際競争力強化と観 光立国の実現

PRESS RELEASE (報道発表資料)



日本政府観光局 (JNTO)
Japan National Tourism Organization

経営戦略部 総務広報グループ
TEL:03-3216-1905 FAX:03-3214-7680
http://www.jnto.go.jp

※ 本リリースは国土交通記者会・交通運輸記者会に配布しております。

平成 26 年 2 月 19 日

理事長 松山 良一

訪日外客数 (2014 年 1 月推計値)

◇1 月 : 訪日外客数 / 前年同月比 41.2%増の 94 万 4 千人

- 2014 年 1 月の訪日外客数は、前年同月比 41.2%増の 94 万 4 千人で、これまで 1 月として過去最高であった 2011 年 (71 万 4 千人) を 23 万人上回った。単月としては、過去最高の 2013 年 7 月 (100 万 3 千人) に次ぐ 2 位であった。

VJ 事業によるプロモーション、東南アジアでの査証緩和の効果に加え、円安傾向に伴う割安感の浸透、ショッピング需要の増加や、中華系人口の多い市場での旧正月休暇が追い風となり、訪日外客数が大きく増加した。

※旧正月は旧暦のため、毎年 1 月～2 月の中で日付が変動する。旧正月休暇期間は、国・地域により異なるが、2013 年は 2 月中旬、2014 年は 1 月下旬～2 月上旬であった。

- 市場別では、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、ベトナム、インド、米国が、1 月として過去最高を記録するとともに、豪州は年間を通じ単月としても過去最高を記録した。

中華系人口の多い市場では、1 月末から始まった旧正月休暇での訪日旅行の需要が増加し、大幅な伸びを示した。韓国は原発汚染水に係る現地報道の影響により、2013 年 10 月以降マイナスが続いたが、旧正月休暇の変動の影響もあり、前年同月比 9.0%増とプラスに転じた。豪州はスキー旅行の需要が拡大し、2 カ月連続で過去最高を記録した。欧州市場は過去最高には届かなかったものの、概ね 2 桁の堅調な伸びを示した。

- オールジャパン体制での取り組みを強化し、春の桜シーズンに向けた訪日旅行の需要喚起など、引き続き戦略的なプロモーションを実施していく。

※ 月別推計値と 2003 年以降の訪日外客数のエクセルデータは、下記のリンクからダウンロードできます。

◇ 月別推計値

http://www.jnto.go.jp/jpn/news/data_info_listing/pdf/140219_monthly.xls

◇ 国籍/月別 訪日外客数 (2003 年～2014 年)

http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism_data/visitor_trends/pdf/2003_14_tourits.xls



Japan. Endless Discovery.

お問い合わせ先 :

海外マーケティング部 市場統括グループ

TEL : 03-3216-1902

参考資料21 報道発表案件一覧

発表時期	報道発表案件
平成25年4月	1. 訪日外客数(平成25年3月推計値)
平成25年5月	1. ムスリム・ツーリズムセミナー開催します！ 2. 通訳ガイドサービス体験デーの実施について 3. 平成25年度通訳案内士試験の実施予定について 4. 訪日外客数(平成25年4月推計値)
平成25年6月	1. 日仏両国機関が観光協力に関する覚書に調印します 2. 訪日外客数(平成25年5月推計値) 3. 日本政府観光局(JNTO)が、広島でコンベンション協賛都市会議を開催
平成25年7月	1. 訪日外客数(平成25年6月推計値及び上半期推計値) 2. MICE相談窓口を設置しました
平成25年8月	1. 日本政府観光局(JNTO)がインドネシアにジャカルタ事務所を新設 2. 平成25年度 外国人観光案内所認定申請の募集開始について 3. 地域の観光資源の海外プロモーションを支援する取組を強化します！ 4. 訪日外客数(2013年7月推計値) 5. 平成25年度JNTO 個別相談会(東京/神戸) JNTO 海外事務所長による個別相談会と講演会開催について
平成25年9月	1. 訪日外客数(2013年8月推計値) 2. 平成25年度「第1回JNTO認定外国人観光案内所ブロック別研修会」の開催 3. 大型国際会議の日本開催が続々決定！ ～オールジャパン体制による誘致活動が奏功～
平成25年10月	1. 訪日外客数(2013年9月推計値)
平成25年11月	1. 「平成25年度日本政府観光局(JNTO)国際会議誘致・開催貢献賞」を決定 ～受賞会議の発表と受賞式の開催について～ 2. 訪日外客数(2013年10月推計値) 3. 「MICEシンポジウム2013」を開催します！～ MICEの今、未来を語る。～ 4. “日本で唯一のMICE見本市” 「第23回国際ミーティング・エキスポ(IME2013)」を開催します！
平成25年12月	1. 平成25年度「第2回JNTO認定外国人観光案内所ブロック別研修会」の開催 2. 訪日外客数(2013年11月推計値) 3. みずほ銀行、三菱東京UFJ 銀行、三井住友銀行のメガバンク3行による海外発行クレジットカードに対応するATMの設置の取組により、外国人旅行者の利便性が飛躍的に向上します！ 4. 外国人観光案内所27ヶ所を新たに認定

	<p>～外国人観光案内所ネットワークは全国367ヶ所に拡大～</p> <p>5. 訪日外客数(2013年11月推計値) ※出国日本人</p> <p>6. 2012年の「日本の国際会議開催件数」を発表 ～過去10年で最多、前年比で23.5%増、東日本大震災からの回復顕著に～</p> <p>7. 訪日外国人旅行者数1000万人を達成！</p>
平成26年1月	<p>1. 訪日外客数(2014年12月及び年間推計値)</p> <p>2. 第11回JNTOインバウンド旅行振興フォーラムの開催について</p>
平成26年2月	<p>1. 平成25年度通訳案内士試験の合格発表</p> <p>2. 平成25年度 JNTO認定外国人観光案内所研修会</p> <p>3. 訪日外客数(2014年1月推計値)</p> <p>4. 米国からの訪日アフィニティ旅行市場の拡大を目指し初のキーパーソン招請事業を実施します。</p> <p>5. 平成25年度 日本政府観光局(JNTO)主催 国際会議海外キーパーソン招請事業(Meet Japan 2014)の実施</p>
平成26年3月	<p>1. JNTO理事長表彰の実施について</p> <p>2. MICEアンバサダーを講師に迎え、国際会議主催者セミナーを仙台で開催！</p> <p>3. 日本政府観光局(JNTO)は、インドネシアに、ジャカルタ事務所をオープンします</p> <p>4. 訪日外客数(2014年2月推計値)</p>

参考資料22 広報効果(理事長インタビュー、職員寄稿記事、プレスリリース掲載記事)

松山理事長のテレビ・ラジオ番組出演や、一般紙、旅行業界紙、ポータルサイト等のインタビュー対応等を行った。また、タイムリーな話題を随時プレスリリースし、マスコミ取材への対応を行った結果、多くの記事が一般紙や旅行業界誌(オンライン・ネット新聞を含む)、テレビ等で紹介された。

BSジャパン「日経プラス10」松山理事長出演(11月14日放送)



テレビ東京本社(左は同出演者の千葉千枝子氏)

ラジオ日本「こんにちは！鶴蒔靖夫です」松山理事長出演(2月21日放送)



ラジオ日本・東京スタジオ(右はパーソナリティの鶴蒔靖夫氏)

やまところ.jp松山理事長インタビュー(3月27日インタビュー)



NEWS IN BRIEF

ニュース短信

日仏、観光協力で共同声明 若年層の開拓と訪問地の多様化等

観光庁と日本政府観光局(JNTO)は、フランス観光開発機構と共同声明を発表し、観光分野の協力関係を強化していく方針を示した。3者は、6月7日に協力分野等を記した書面に調印。両国間の双方向での観光客増加と観光地のイメージ向上を目指す。調印した内容は、今後2年間継続し、基本的に延長する。

協力するのは、①若年層の開拓、②観光サービスやインフラにかかわる評価・開拓、③観光地と関連産業の競争力の向上、④訪問先の多様化、⑤観光動向の調査・分析の5分野。具体的な施策は今後協議を進める。このほか、観光交流促進について協議する年1回の会合や、共同の広告キャンペーンを実施する。

観光庁の井手憲文長官は、フランス語で「日仏間の観光の新時代を迎え、相互の多様な地域の価値について理解を深めたい」と述べ、フランス観光開発機構のフランソワ・ユヴァール理事

長は「このパートナーシップが世界中での評価を高める」と挨拶した。

また、震災後の訪日観光客数の回復など、フランスで積極的な取り組みを進めてきたJNTOの松山良一理事長は、「ゴールデンルートから地域の活性化へつなげていくことが今後の課題。観光のガイド役を果たしている現地メディアの影響は大きく、活用したい」などと述べた。若者には、ポップカルチャーを利用した訴求を検討するという。

共同広告キャンペーンは今秋から開始予定。東京とパリの鉄道を中心に実施する。



海外レポート

インバウンドの**鍵**

第1回

JNTO香港事務所

プロモーションで加熱する
最も成熟した訪日旅行市場

3人に1人が
訪日経験6回以上

訪日旅行に関しても香港は成熟した市場です。にもかかわらず、日本を訪れる旅行者数は前年比54%増(2013年11月)、タイやベトナムに肩を並べる勢いで伸びています。日本を訪れる香港人の3人に1人は訪日経験6回以上、4人に1人は10回以上のヘビリーリピーター。3人に2人が個人旅行者で、1回の旅行期間は5日程度が主流です。彼らに日本の魅力をたずねてみれば、「日本全国に足跡を残すがあり、何度行っても飽きない」という嬉しい答えが返ってくるでしょう。

入ると、香港人の観光旅行先として、韓国、シンガポール、台湾などが急速に台頭し、訪日旅行は押され気味になってきたのです。そこでJNTO香港では、マンネリ化を打破し、香港の人たちに訪日旅行の新たな魅力を提示するために、多角的なマーケティングに乗り出しました。テーマは「レール&ドライブ」です。

「レール&ドライブ」
キャンペーン推進中

日本の鉄道の快適さ、正確さは、アジア諸国でも特筆に値します。しかも隅々まで張り巡らされた鉄道網を利用することで、変化に富んだ日本の景観が楽しめます。列車とレンタカーを組み合わせて、また行かないことのない地方に足を伸ばしていただくというのが、このキャンペーンです。

マーケティングは香港の旅行社テレビ同、航空会社、日本のJTB、地方自治体などを巻き込む形で総合的に進めています。昨年6月と11月に、ゴールデンタイム枠で「訪問の旅番組を放映し、北陸と四国を紹介。2月には九州と東海地方を取り上げた30分番組を日本放映し、20%台の視聴率を上げました。

あわせて地下鉄MTRの駅のエレベーターを、通関ジャックし、テレビ番組の告知と「レール&ドライブ」の広告を打ちました。今年もバスのラッピング広告を予定しています。同時にバス十数台が広告を載せ、香港の市街地を走り回ることもなるでしょう。

香港人にとって訪日旅行最大の関心事といえば、疑う余地なく「食」でしょう。昨年3月のラーメンフェアは、2日間で1万6000人を集める大盛況となりました。今年は日本各地の「当地グルメ」の試食フェアを開催する予定です。「レール&ドライブ」に、香港人が大好きな「食」を重ね、地方の魅力を強力に打ち出していきます。



参考資料23 運営費交付金の算定ルール

[運営費交付金の算定方法]

$$\text{運営費交付金} = \text{人件費(A)} + \text{運営費交付金対象経費(B)} - \text{自己収入(Y1)} - \text{運営費交付金対象外事業収益(Y2)}$$

[運営費交付金の算定ルール]

1. 人件費(A) = 当年度人件費相当額 + 前年度給与改定分等

(1) 当年度人件費相当額 = 前年度基準給与総額 × 人件費調整係数 s + 退職手当等所要額

(イ) 前年度基準給与総額 × 人件費調整係数 s

(ロ) 退職手当等所要額

退職手当: 当年度に退職が想定される人員ごとに積算

(2) 前年度給与改定分等

昇給原資額、給与改定額、退職手当等当初見込み得なかった人件費の不足額

なお、昇給原資額及び給与改定額は運営状況を勘案して措置することとする。

運営状況等によっては、措置を行わないことも排除されない。

2. 運営費交付金対象経費(B)

(前年度一般管理費相当額[所要額計上経費及び特殊要因を除く] + 前年度業務経費相当額[所要額計上経費及び特殊要因を除く]) × 運営費交付金対象経費の効率化係数 α × 消費者物価指数 δ + 当年度の所要額計上経費 ± 特殊要因

3. 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

$$= \text{前年度自己収入の見積額} \times \text{収入政策係数}y_1$$

4. 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

$$= \text{前年度当該自己収入の見積額} \times \text{収入政策係数}y_2 - \text{前年度当該自己収入に係る支出}$$

注: 本収益がマイナスの場合には0とする。

人件費調整係数 s : 毎年度の予算編成過程において決定

運営費交付金対象経費の効率化係数 α : 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 r : 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

所要額計上経費 : 公租公課、事務所借料等の所要額計上を必要とする経費

特殊要因 : 新規・拡充事業費など特殊な要因により必要となる経費について、毎年度の予算編成過程において決定

[中期計画予算の見積りに際し使用した具体的係数及びその設定根拠等]

【注記】前提条件

人件費調整係数 s : 中期計画期間中は対前年度1.00として推計

運営費交付金対象経費の効率化係数 α : 平成25年度の運営費交付金対象経費の内一般管理費の効率化係数は対前年度0.99、業務経費の効率化係数は対前年度0.995、平成26年度以降の運営費交付金対象経費の効率化係数は対前年度0.985として推計

消費者物価指数 δ : 中期計画期間中は1.00として推計

政策係数 r : 中期計画期間中は1.00として推計

自己収入政策係数 y_1 : 中期計画期間中は1.00として推計
(但し、観光宣伝事業賛助金収入は26年度収入見込額に対し、27年度以降、対前年度2,000千円増として推計)

〃 y_2 : 中期計画期間中は1.00として推計
(但し、観光情報提供事業収入は25年度収入見込額に対し、26年度以降、対前年度2,000千円増として推計)

機構関連の用語集 ※あいうえお順

- ・ 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、訪日外国人旅行を意味する。

- ・ 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。

- ・ 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、観光庁長官が国際会議施設、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。

- ・ 国際会議協会(ICCA)

国際会議協会(本部:アムステルダム)は1963年設立の団体。会員は会議場、ビューロー、PCO、ホテル、旅行会社、航空会社、関連サービスの7業種に分類され、総会等を通じて相互の情報交換、産業発展のための諸活動を行っている。

- ・ 国際団体連合(UIA)

国際団体連合(本部:ブリュッセル)は1907年に設立された団体。世界の組織団体が開催する会議の統計を取り、毎年発表している。毎年発行の「Year Book of International Organizations」は公的及び民間の各種国際団体に関する詳細な情報を網羅している。

- ・ 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、フォーラム等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等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。

- ・ ターゲット・セグメント

プロモーション等のマーケティング活動における対象者を属性で分類した同質集団。

- ・ **ダイレクトマーケティング**

ウェブサイト等を活用し、より直接的に、消費者情報を収集するプロモーション戦略のこと。特定の消費者を対象とし直接的な反応を獲得し、プロモーションに活用するマーケティングの方法。

- ・ **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業者のこと。商品をつくるだけで直接消費者向け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(リテラー)兼務の業者の二種類に分類できる。日本ではホールセラーとリテラー兼務の業者が多い。

- ・ **通訳案内士**

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。通訳案内士を営むには観光庁長官が行う試験に合格し、登録申請書を都道府県知事に提出しなければならない。機構が通訳案内士試験の実施を代行している。

- ・ **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、機構は主務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ことができる。

- ・ **MICE**

企業等の会議(Meeting)、企業が行う報奨・研修旅行(Incentive Travel)、国際会議(Convention)、イベント・展示会・見本市(Event/Exhibition)の総称。

- ・ **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。