

平成 15 年度 業務実績報告書

平成 16 年 6 月



独立行政法人 国際観光振興機構

目次

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置	
(1) 組織運営	1
(2) 職員の意欲向上と能力啓発	3
(3) 業務運営の効率化の推進	5
2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項	
(1) 成果主義に立った事業展開・官民パートナーシップで 諸外国との競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動	
① 重点的な調査研究活動とその結果を活用した事業展開	9
② 外国人旅行者の来訪促進に係る方策	
ア 旅行目的地としての「日本」の認知度を向上させるための 観光宣伝事業の実施	13
イ 訪日ツアーの開発・造成・販売支援	16
③ 外国人旅行者受入体制の整備支援	20
④ 国際コンベンション等の誘致及び開催支援	22
ア 国際コンベンション及びインセンティブ旅行の誘致	
イ 誘致が決定したコンベンションの開催準備	
⑤ 通訳案内業試験事務の代行	26
(2) 効率的・効果的な業務運営の促進	
① 事業の再編等	28
② 業績評価の充実	29
③ 適正な人事制度の確立・人事考課の徹底	31
④ 外部人材の活用	33
⑤ 海外の在外公館、諸外国の政府、観光関連機関等との連携強化	34
ナレッジ・マネジメント(知識経営)の確立	37
(3) 情報の公開・事業成果の公表	38
(4) 附帯する業務	39
3. 予算、収支計画及び資金計画	41
4. 短期借入金の限度額	47
5. その他業務運営に関する重要事項	48
6. 重要な財産を譲渡し、又は担保にする計画	49
7. 剰余金の使途	50
8. その他主務省令で定める業務運営に関する事項	
(1) 人事に関する計画	51
(2) 機構の事業パートナーである地方自治体、観光関連事業者等の 賛助金拠出者に対し、機構が実施する事業に係る「負担と受益」に ついての説明責任を果たし、事業パートナーとの連携を強化する。	52
(3) 査証発給手続きの簡素化・迅速化、輸送力の増強等の 施策を担当する関係機関に適宜要請を行う。	53

参考資料

	ページ
1. (旧)国際観光振興会組織図	
独立行政法人国際観光振興機構 組織図……………	参- 1 ～ 2
2. 中途採用求人広告 ……………	参- 3
3. 予算の弾力的、効果的な執行により可能になった事業の例 ……………	参- 4 ～ 6
「外国人旅行者が日本各地へ～平成 16 年度 JNTO 訪日外国人旅行者 増加キャンペーンを実施～」(報道資料)	
4. 都道府県対象アンケート結果抜粋……………	参- 7
5. メディア広報事業の代表的成果……………	参- 8
6. 平成 15 年度メディア広報事業取材件数(媒体種類別・地域別内訳) ……………	参- 9
7. ニューヨークポスト紙掲載訪日観光紹介記事……………	参- 9
8. 平成 15 年度の海外における広告事業一覧 ……………	参-10
9. 中国における広告事業の例……………	参-10
10. 米国における広告事業の例……………	参-11
11. 平成 15 年度のウェブサイトアクセス数推移……………	参-12
12. 「韓国からの沖縄ハネムーン旅行、順調に増加」(報道資料)……………	参-13
13. 「米国映画「ロスト・イン・トランスレーション」をテーマとした 訪日プロモーションを計画」(報道資料)……………	参-14
14. 「旅フェア 2003 でインバウンド商談会とスタディ・ツアーを実施」……………	参-15
15. 「i」案内所制度……………	参-16
16. 全国「i」案内所リスト……………	参-17
17. 平成 15 年度下期国際会議・インセンティブツアー誘致成功実績……………	参-18
18. 寄附金募集・交付金交付制度について……………	参-19
19. 通訳案内業試験の試験方式変更の案内パンフレット……………	参-20 ～ 21
20. 独立行政法人国際観光振興機構の職員の職制……………	参-22 ～ 23
21. 平成 15 年度下期報道発表案件一覧……………	参-24
22. コンベンション協賛金 事業別メニュー制の概要……………	参-25 ～ 26
23. 平成 15 年度賛助金、会費及びコンベンション協賛金収入の状況……………	参-27
24. 平成 15 年度賛助団体、会員リスト……………	参-28
25. 運営費交付金の算定ルール……………	参-29 ～ 30

1 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(1) 組織運営

中期目標

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

中期計画

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

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

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

年度計画

本部に以下の部を設置する。

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

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

海外観光宣伝事務所については、市場動向を的確に反映した体制を構築するため、事務所及び事
務所要員の配置等の改善に努め、平成15年度下半期に上海観光宣伝事務所の開設を予定する。

①年度計画における目標設定の考え方

多様化する諸外国の観光市場及びわが国の関係者のニーズ、並びに、外客来訪促進事業に係る技術・

ノウハウの進展等に機動的、かつ効果的に対応するため、本部各部の業務の配置換えによる組織体制整備、並びに機動的な人材運用を可能とするマネージャー制の採用、海外事務所においては、市場動向を的確に反映した体制を構築するため、事務所及び事務所要員の配置等を改善するとともに、上海に観光宣伝事務所を開設する。

②当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

(1) 本部においては、中期計画・年度計画に沿って、組織改編を実施し以下の部を設置した。組織改編にあたっては、各部間の支援及び調整の関係（主管部署、サポート、チェック機能）を明確化し、現場の業務の展開がスムーズに行われるよう各部の所掌業務を見直した。

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

(2) また、本部においては、課制を廃止し、機動的な人材運用を可能とするマネージャー制や、ラインとスタッフに分ける職制を導入した。

参考資料 1 :

(旧)特殊法人 国際観光振興会 組織図
独立行政法人 国際観光振興機構 組織図

(3) 海外観光宣伝事務所については、市場動向を的確に反映した体制を構築するため、バンコック観光宣伝事務所要員を1名減員させ、北京観光宣伝事務所に1名増員させることとした。

(4) 上海観光宣伝事務所については、平成15年6月に中国国家旅游局に対し設置申請を提出し、同年7月に同局より開設承認（口頭）を得て、早期に開設すべく中国側への働きかけを行うとともに、諸準備を行った。これにより、平成16年6月1日付で中国国家旅游局から同事務所の設置許可を受領した。6月中旬より所長となる派遣職員1名が赴任し、開設準備に当たっている。JNTO上海事務所は、日本から2名の派遣職員、現地採用2名と合わせた4名体制で、8月下旬を目処に活動を開始する予定である。

1 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(2) 職員の意欲向上と能力啓発

中期目標

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

中期計画

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

年度計画

- ・ 職員の能力及び実績を適正に評価する仕組みを確立し、運用する。
- ・ 海外観光宣伝事務所においては、人事評価を踏まえて処遇の改善を行い、海外採用職員の業務への取組意欲の向上を図るとともに、中期的な課題として優秀な海外採用職員の抜擢を検討する。
- ・ 人材育成の視点を十分に考慮した人事ローテーションに努めるとともに、業務を行う上で必要な知識、能力の向上等のためにOJT（現場で仕事をしながらの教育）、研修等を活用・充実する。

①年度計画における目標設定の考え方

職員の能力及び実績を適正に評価する仕組みを確立し、適切に運用する。特に海外観光宣伝事務所においては、限られたマンパワーで数多くの事業を展開することから、派遣職員はもとより現地で採用する職員が組織の使命や目標を把握し、組織人として十分に力を発揮し、それぞれ成果を上げることが求められる。このため、現地採用職員の人事考課を踏まえた処遇の改善を行い、業務への取り組み意欲の向上を図り、中期的な課題として成績優秀な現地採用職員については、将来の基幹職員として登用するため、本部職員として採用する。

②当該年度における取り組み

(1) 職員の能力及び実績を適正に評価する仕組みを確立し、結果を処遇に反映させるとともに、適材適所の人材配置とするため、以下を実施、もって職員の意欲向上に努めた。

- ・ 期待水準を超えた管理職に対する昇給

平成15年度において、新人事制度の導入までの措置として、管理職を対象に昇給のゼロベース査定を実施し、勤務実績を給与等に反映させることとし、期待水準を超えていると認められた約半数の管理職を昇給させた。意欲をもち、実績を上げた者を昇給させる仕組みとした。

- ・ 本部組織の再編と職制（マネージャー制）の導入

平成15年10月1日、新法人移行に伴い、大幅な本部組織の再編を行うとともに、部単位で機能的、弾力的に人材を活用するため、これまでの課制に替えてマネージャー制を導入し、ライン職とスタッフ職を分ける等新たに職制を定め、職階毎の責務と権限を明確化させた。

- ・ 新人事制度の策定

平成15年度は、全ての職員につき、業績評価の結果も参考にして、定期的に能力と実績を厳正か

つ厳格に評価し、これを処遇に反映させるべく新人事制度の策定準備を行った。この新人事制度を平成16年度より導入し、全ての職員につき、15年度下期を評価対象期間として、適正かつ厳格な人事考課を実施し、これを処遇に反映させることにより、職員の意欲向上を図っているところである。

(2) 海外事務所の現地採用職員の人事評価制度の策定を行った。この人事評価制度を平成16年度に導入し、16年度を評価対象期間として人事評価を行うこととしている。

「優秀な海外事務所採用職員の抜擢」については、海外事務所の現地採用職員の中から優秀と判断され、本部職員として採用できるものを審査し、当該職員に打診した結果、ソウル事務所現地採用職員（韓国人）を平成16年4月1日に本部職員として採用することとなった。他の海外事務所においても優秀な現地採用職員がいれば、随時本部職員として登用していきたい。

(3) 本部においては、OJTにより業務知識の習得、能力の向上を図るべく以下のことを行った。

- ・10月1日の独立行政法人移行に伴い、本部においては固定的な課単位の組織に制約される課制を採らずグループ制に移行した。これにより機動的な人材運用が可能となり、各部の職員は広範囲にわたる業務経験を通じたOJTにより様々な知識を修得することが出来た。
- ・航空会社、旅行会社等民間企業から幹部職員を出向により受け入れ、職員は民間での経験豊かな上司の指導を通じ、民間的手法を取り入れながら業務を遂行することが出来た。
- ・職員の資質を考慮し、総務、経理、企画、カウンター業務等、適材適所の人員配置をし、将来の中堅幹部として必要な知識、経験を修得すべく各部における実務研修を通じて業務を行った。

(4) また、平成15年度下半期においては、職員の意欲向上と能力開発の観点から以下の研修を実施した。

<本部職員研修>

平成15年度観光行政研修（柏、国土交通大学校）、平成15年11月、2名

平成15年度第5回情報化企画コース

第6回プロジェクト管理Iコース

第2回情報リテラシC-2コース

第2回情報リテラシD-2コース

第7回データベースIコース

<海外事務所職員の訪日研修>

ロンドン事務所PRマネージャー（平成15年12月、京都・高山・高野山）

参考資料2：中途採用求人広告

1 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(3) 業務運営の効率化の推進

中期目標

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

数値目標

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

数値目標

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

中期計画

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

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

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

数値目標

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

数値目標

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

年度計画

- ・業績評価に基づき現行事業の見直しを行い、より効果的の事業への資源の重点的配分、業務の集約化、外部委託、及び電子化等の措置を講ずること等により効率性の向上を図る。
- ・国内2ヶ所のツーリスト・インフォメーション・センター（TIC）について、案内業務のあり方を見直す。
- ・京都TICについては、全国の「i」案内所をサポートするセンターを設置するため閉所する。
- ・海外観光宣伝事務所の一般消費者向けの情報提供活動を合理化する一方、旅行者向けのマーケティング活動を強化する。
- ・ナレッジ・マネジメント（知識経営）・システムを確立し、業務運営の効率化を図る。
- ・一般管理費について、受託事業の確保、人事考課に基づく給与の見直し、汎用品の活用等により、経費の削減に努める。
- ・運営費交付金対象業務経費について、より一層ITを活用した情報提供など、事業執行方法の改善等を通じて効率化を推進する。

①年度計画における目標設定の考え方

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

②当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

- (1) 独法化に伴い、より効果的の事業への資源の重点的配分等のため、事業予算要求制度を確立し、特に各海外宣伝事務所から要求のある事業案件について、その必要性及び市場のニーズを反映し、効果が伴うかどうか等について精査し、これにそぐわない案件については、予算化しないこととした。
- (2) 国内2カ所（東京及び京都）のツーリスト・インフォメーション・センター（TIC）について、案内業務のあり方を見直し、平成16年3月31日をもって京都TICを閉所した。
京都TIC閉所により生み出された資源を活用して、全国の「i」案内所における韓国語、中国語等による外国人旅行者への対応を支援する「i」サポートセンターをツーリスト・インフォメーション・センター（TIC、東京TICから名称変更）内に設置する（平成16年4月）。TICは、日本全体の観光に関する案内所として案内業務を効率的に行うとともに、「i」サポートセンターとしての機能を果たす。
- (3) 海外観光宣伝事務所において、限られたマンパワーで成果を上げるため、電話応答システムやITを活用することによって一般消費者向けの情報提供活動を合理化するとともに、現地採用職員の業務比重を市場調査やツアー造成・企画開発・販売支援等のマーケティング活動にかかわる業務に移行した。
問合せが多かった訪日外客数データについてJNTOウェブサイト英語版において統計データの公開を行い、海外のメディアや旅行事業者のニーズに応えた。
- (4) 業務運営の効率化のためのナレッジ・マネジメント（知識経営）システムの確立のため、「JNTO情報共有システム」（＝Infonet）を構築、運用を開始した。これは、情報の蓄積・管理機能を高めるために、従来、各役職員、担当部局で個別に保存、管理されていた各種文書や資料等を、インターネット上で管理し、利用するものである。このシステムにより、海外事務所を含め以下の重点項目の実現を図つ

た結果、本部と海外事務所間の連絡、情報交換をリアルタイムで行えるようになり、業務の迅速化、効率化を実現した。

- ・電子メールを主な業務連絡、報告の手段とし、情報連絡の迅速化を実現。
- ・業務関連の情報ファイルを概ね業務ユニットごとに保存、共有、閲覧。
- ・業務全般に長く有用と判断される情報を保管、活用。
- ・規程類及び各種様式フォーム等の保管、利用。

「JNTO 情報共有システム」(= Infonet) については、平成 16 年度に、利用状況を適宜確認の上、引き続きシステムの利用促進に努める。特に、①海外事務所における情報発信の強化、②顧客データベースの充実など情報コンテンツの整備の 2 点を重点的に推進する。

- (5) 一般管理費について、中期目標期間の最後の事業年度において、特殊法人時の最終年度（平成 14 年度）比で 13% 程度に相当する額を削減するとしており、給与についても見直しを行い削減することとしている。

このため、平成 15 年度においては、管理職について、昇給のゼロベース査定を行い、期待水準を超えていると認められた約半数の管理職のみ昇給を実施した。

平成 16 年度においては、平成 15 年度下期を対象とする人事評価を厳正に行い、その評価を 4 月からの人事・給与等の処遇に反映させる新たな人事制度を導入したところである。同制度は、評価結果によっては、最大 20% の降格・降級となる厳しい措置を講ずるものであり、併せて管理職の職務手当を職務の軽重に応じた割合に改定（最大 20% から 8% へ減額）するもので、これらの措置を講じることにより、人件費の削減に努めていく。

なお、中期計画の最終年度である平成 19 年度には、国と比較した場合の当機構のラスパイレス指数を概ね 110 以下になるよう、引き続き、適切な措置を講じていく予定である。

- (6) 従来より、国内の国際会議主催者、国際会議観光都都市、コンベンション・ビューロー向けに印刷物として発行していた、機関誌「JNTO コンベンションニュース」を、平成 15 年度下期より、印刷物から、html 形式の電子メールによる配信へ変更し、また、同時に JNTO ウェブサイトへも搭載することにより、容易に、かつより広いコンベンション関係者により少ない経費での情報提供を可能にした。これにより経費を約 50% 削減した。

実施年度	発行回数	発行部数	経費	備考
平成 14 年度	3 回	7,500 部	2,420 千円	発行部数は 3 回分計、発送費含む。
平成 15 年度(上期)	1 回(9 月)	2,500 部	750 千円	発送費含む。
平成 15 年度(下期)	2 回(12 月、16 年 3 月)	e-メール	810 千円	初期設定費、2 回分の作成費用等。

- (7) 特殊法人時代にあつては、予算制度の制約上、外国人旅行者の訪日を促進する上で最も重要な時期の一つである春季（3 月～5 月）における事業の実施が困難であった。しかし、独立行政法人となつて予算の弾力的、効果的な運用が可能となったことに伴い、平成 15 年度より財源を繰り越すことにより、平成 16 年 4 月、5 月により効果的なタイミングで事業を実施した。

参考資料 3 :

予算の弾力的、効果的な執行により可能になった事業の例。
「外国人旅行者が日本各地へ～平成16年度 JNTO 訪日外国人
旅行者増加キャンペーンを実施～」(報道資料)

(8) 従来から封筒、便せん等、必要最小限の物品を最低限の価格により作成する以外は汎用品を活用しており、平成15年度においてもそれを継続した。

会議資料等は、議事の効率化を図ることはもとより、経費削減も兼ねて簡潔を旨とし、コピー代及び用紙代の節約に努めている。また、海外事務所の業務報告は、ハードコピーによる送付を廃止し、電子メールで送信する方式に切り替え、コピー代、用紙代及び郵送料の節減に努めた。

③その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

市場の動きやニーズに対応して、より効率的・効果的な業務運営を可能とするために、独立行政法人化に合わせて、平成15年度当初より海外事務所の再編成、人員配置の変更を行った。具体的には、シカゴ事務所の閉所、フランクフルト及びサンフランシスコ事務所の縮小、ソウル事務所及び香港事務所の増員（以上平成15年度上期）を行った。

2

国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(1) 成果主義に立った事業展開・官民パートナーシップで諸外国との競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動

▶①重点的な調査研究活動とその結果を活用した事業展開◀

中期目標

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

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

中期計画

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

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

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

数値目標

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

年度計画

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

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

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

数値目標

中期計画の数値目標で指定されている調査統計関係刊行物については、事業パートナーのニーズを踏まえつつ、新規情報掲載量（新規付加価値量。データ更新は含まない。頁数換算。）を平成15年度下半期に2.3%程度（平成15年度通年ベース換算約4.5%）増加させるとともに、アンケート調査を実施する等により質の評価を図り、顧客満足度の向上に努める。

①年度計画における目標値設定の考え方

中期目標期間中に調査統計関係刊行物の新規情報掲載量を累計で20%程度増加させるため、各年度ほぼ均等に増加させることとし、平成15年度の下期については、2.3%と算出したものである。

②実績値と取り組み状況

(1) 外国人旅行者誘致に必要な市場情報の収集と分析

海外観光宣伝事務所が収集する最新の市場情報を分析し、「JNTOニュースフラッシュ」等により、賛助団体・会員向けに提供した。また、海外観光宣伝事務所の担当者が最新の旅行市場動向を報告する記事を主要業界紙誌に寄稿した。

(2) 国内外の関係者のニーズ及びシーズ（外国人旅行者の来訪促進事業に活用できる観光資源、アイデア、ノウハウ等）の把握

- ・国内の賛助団体及び会員等に対するセールスコール（訪問）を積極的に実施して、活用できる観光資源・アイデア等の把握、及びJNTOの活動に対する意見、要望等の聴取に努めた。
- ・JNTOウェブサイトの各コンテンツのアクセス件数の分析により外国人旅行者が求める情報ニーズを把握し、事業企画に活用するとともに、的確な情報発信に努めた。

(3) 官民パートナーシップの連携強化・訪日外国人旅行者誘致事業の展開

各事業毎に官民事業パートナーを選定し、パートナーシップを構築の上で誘致事業を展開することを

心掛けた。

(4) IT化等の新たな誘致技術の積極的な導入・活用

北米、英国在住の潜在旅行者層の情報ニーズに応えるため、当該エリア発日本着の旅行商品や現地の旅行代理店等の紹介を、ニューヨーク及びロンドン観光宣伝事務所が独自に運営するウェブサイトにおいて積極的に行った。

(5) 受入体制整備事業の展開

- ・例えば、全国8ヶ所で国土交通省地方運輸局と共に、観光関連事業者を対象とした外国人旅行者への接遇向上を目的としたセミナーを開催し、受け入れの心構えに関する講演や接遇に関するマニュアル等を配布し、受け入れ側の意識・意欲の醸成を図った。
- ・JNTOの日本語ウェブサイトにて、訪日外国人旅行者の受入体制を整えるために役立つ実用的な情報をまとめ、「訪日外国人旅行者の受け入れに必要なノウハウ」や、「外国人客接遇基本マニュアル（JNTO編著）」を掲載した。
- ・アジア諸国から地方を訪れる外国人観光客の増加が予想されることから、その窓口となる「i」案内所の支援強化策の一環として、中国語、韓国語及び英語の言語サポートなど各種支援を行う「i」サポートセンターを設置した。

▶①重点的な調査研究活動とその結果を活用した事業展開について◀

中期計画の数値目標を設定している調査統計関係刊行物は「日本の国際観光統計」、「JNTO国際観光白書」、「マーケティング・マニュアル」の3種である。

(1) 「日本の国際観光統計」

新規情報を4項目（年／目的別訪日外客数、年／月的別訪日外客数、年齢層／性別外国人正規入国者数、年／月別出国日本人数）掲載することにより、新規情報掲載量を前年度版に比べ15.5%（頁数換算して7頁）増加させた。

(2) 「JNTO国際観光白書」

参考資料（主要国・地域の人口に対する出国者の割合、主要国・地域の訪日旅行市場の海外旅行市場規模、JNTOの活動と旅行形態別訪日外国人旅行者数との関係）を充実させることにより、新規情報掲載量を前年度版に比べ1.2%（頁数換算して5頁）増加させた。

(3) 「マーケティング・マニュアル」

平成15年度下半期は、アンケート調査結果に基づき平成16年度版において10%以上の新規情報搭載を達成すべく編集方針と掲載項目を検討、国内外における調査資料や情報データの収集及び分析作業を行った。

◎数値目標の達成状況

—調査統計関係刊行物—

刊行物	15年度下期目標	15年度下期実績(新規情報掲載量)
日本の国際観光統計	情報量の2.3%増	2.7%増
JNTO国際観光白書		
マーケティング・マニュアル		次回は16年度発行予定。10%増を目標に準備中。

③実績値が目標値に達しない場合には、その理由及び次年度以降の見通し

「JNTO 国際観光白書」については、年度計画の目標設定時にはすでに平成15年度版を作成途中であったため、中期計画の目標を達成するよう、平成16年度以降に情報増加量を調整する。

④その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

(1) JNTOでは、海外訪日市場の最新情報や具体的な誘致戦略、JNTOを活用していただく方法などをインバウンド事業に携わる事業パートナーの方々に紹介し、役立てていただくため、平成16年2月に、インバウンド旅行振興フォーラム及びJNTO インバウンドセミナーを開催した。(これらの事業の概要は、29～30ページ参照。) その際に、事業パートナーの方々の意見や要望を伺い、事業に反映させることを目的として実施したアンケート調査の結果は以下のとおり。

- ・フォーラム： ①今後、当機構の活用を希望 : 92%
 ②賛助団体・会員に加入を希望 : 61%
- ・セミナー： ①今後、当機構の活用を希望 : 84%

また、JNTOでは、都道府県を対象に、賛助団体とJNTOの協力関係のあり方に関する調査を行った。その結果、自治体が国際観光の振興に熱心であること、また、JNTOのサービスを期待し、受益のための負担に対して理解を示す自治体が多いことがわかった。本アンケートの回答抜粋は別添参考資料のとおり。

参考資料4：都道府県対象アンケート結果抜粋

(2) 平成15年度中に発行した調査・統計資料について実施した顧客満足度のアンケート調査の結果は以下のとおりである。

1) 「日本の国際観光統計2002年版」

同資料を受領した読者のうち43団体等からアンケートの回答があり、「かなり満足」、「やや満足」を合わせ計95.4% (41票) が満足と評価しており、「やや不満足」、「かなり不満足」は4.6% (2票) であった。

2) 「JNTO 国際観光白書」

同資料を受領した読者のうち15団体等からアンケートの回答があり、「非常に満足」、「満足」を合わせ93.3% (14票) が満足と評価し、「不満足」と回答したのは6.7% (1票) だった。

3) 「マーケティング・マニュアル2003」

同資料を受領した読者のうち10団体等からアンケートの回答があり、全団体が「非常に満足」、「満足」との回答があった。

2

国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(1) 成果主義に立った事業展開・官民パートナーシップで諸外国との競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動

▶②外国人旅行者の来訪促進に係る方策◀

ア 旅行目的地としての「日本」の認知度を向上させるための観光宣伝事業の実施

中期目標

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

中期計画

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

数値目標

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

年度計画

- ・旅行目的地としての「日本」の認知度を向上させ、日本の差別化を図り、訪日旅行意欲の醸成を図るため、メディアへの広報宣伝活動等を通じた訪日旅行に関する記事掲載・番組放映等を図る。
- ・インターネットのアクセス件数を増加させるため、ウェブサイトのデザインの刷新や利用者のニーズに則した提供情報の充実及びリンクの拡大などPRの強化に努める。とりわけ、他の政府観光局のウェブサイトの搭載情報や目的とする情報に導くためのデザイン、機能について研究し、機構のウェブサイトの改善に反映させる。また、アンケート調査の実施に必要な整備を行い、顧客満足度の測定を開始する。

数値目標

- ・有力メディアとの連携を強化して、メディア向け広報活動（海外観光宣伝事務所等によるニュースリリースの発行、情報提供、ジャーナリスト招請及び取材協力等）の成果を、平成14年度実績に比べ平成15年度は10%程度増加させることとし、平成15年度下半期には通年度ベース増加分の約2分の1に相当する約5%を確保する。

①年度計画における目標値設定の考え方

- ・中期計画において、メディア向け広報活動の成果を中期目標期間中に平成14年度実績の60%程度増加させることを目標と設定したことを受け、5年の期間内に平均的に増加させることとし、初年度である平成15年度は、10%程度増加させる目標を設定した。メディア向け広報事業の成果については、広告費に換算した場合の金額で計測されている。
- ・ウェブサイトのアクセス件数は、各種広報活動や技術的対策の総合的な結果であり、ウェブコンテンツの改良を行っても、短期的な成果としては現れにくい側面がある。そのため、初年度（平成15年度）は、他の政府観光局の事例を研究するため、目標値を設定しなかった。

②実績値と取り組み状況

- (1) 旅行目的地としての「日本」の認知度を向上させ、訪日旅行意欲を醸成するため、海外の有力新聞、雑誌、テレビ等のメディア関係者の訪日取材への協力、有力なメディアの日本招請（127件）を行い、記事掲載、番組放映等（162件）の促進を図った。これらにより、広告換算額にして42億7,000万円（対前年で51%の増加）の成果を得た。

◎数値目標の達成状況

—メディア広報事業—

平成14年度実績 (訪日旅行に関する記事掲載、番組放映 などの成果を、広告費に換算した金額)	15年度目標	15年度実績	増加率
28億2千万円	10%増の31億円 (下期5%増)	42億7千万円	+51%

参考資料5：メディア広報事業の代表的成果
参考資料6：媒体種類別・地域別取材件数
参考資料7：ニューヨークポスト紙掲載訪日観光紹介記事

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

参考資料 8 : 平成15年度の海外における広告事業一覧
 参考資料 9 : 中国における広告事業の例
 参考資料 10 : 米国における広告事業の例

(3) ウェブサイトの改善

- ・ウェブ利用者のユーザビリティ（情報の利用しやすさや見映え）を向上させるため、英語コンテンツを写真を多用したデザインに変更するとともに、メニューを中心としたウェブサイトの操作性を改善した。

また、「Japan Now」「Hot Topics」「News」などのコーナーを設け、各種イベントや季節情報などの提供を随時行った。

その結果、平成15年度のJNTOウェブのアクセス数（ページビュー数：以降pv）は約2,097万pvに達し、平成14年度実績（約1,958万pv）から約7.1%増となった。これは、中期計画目標値（40%増）のおおむね1年分に相当する。

平成16年度は、平成15年度末より実施中のウェブアンケート（顧客満足度調査）の解析を行い、利用者ニーズに応じた情報提供サービスへの改善を図るとともに、言語別アクセス数の伸び率上位の中国語、韓国語コンテンツの拡充を行う。

ウェブサイトアクセス数（ページビュー数）

中期計画目標値	14年度実績	15年度実績	増加率
40%増 (2,741万)	1,958万	2,097万	7.1%増

参考資料 11 : 平成15年度のウェブサイトアクセス数推移

(4) ウェブアンケートの実施

ウェブサイトの閲覧状況及び、搭載情報の質、量、利便性等に関する利用者の満足度を把握するため、ウェブサイト上に自動アンケート受付機能を整備し、顧客満足度の測定を開始した。

③その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

- ・平成15年度メディア広報事業においては、National Geographic誌（世界180ヶ国、発行部数850万部の世界最大級の雑誌）に対し取材協力を行い、本件が1件で広告費換算額9.7億円と大きな成果を上げることができたため、増加率が+51%と目標を大きく上回ることもできた。

2 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(1) 成果主義に立った事業展開・官民パートナーシップで諸外国との競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動

▶②外国人旅行者の来訪促進に係る方策◀

イ 訪日ツアーの開発・造成・販売支援

中期目標

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

中期計画

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

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

a 訪日ツアーの開発・造成の間接支援

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

b 訪日ツアー開発・造成の直接支援

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

数値目標

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

c 訪日ツアー販売支援

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

年度計画

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

a 訪日ツアーの開発・造成の間接支援

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

b 訪日ツアー開発・造成の直接支援

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

c 訪日ツアー販売支援

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

数値目標

海外旅行会社に対する訪日視察旅行、商談等のアレンジ等の直接支援により開発・造成された訪日ツアーについて、平成15年度は、平成14年度実績と比較して、その種類数、設定本数、催行本数及び集客数をそれぞれ8.4%程度増加させることとし、平成15年度下期にはそれぞれの設定項目について通年度ベース増加分の約2分の1に相当する約4.2%を確保する。

①年度計画における目標値設定の考え方

訪日ツアーの開発・造成に係る直接支援について、平成15年度数値目標の設定に当たっては、中期計画で定められている目標数値を達成するための各年度における平均増加率を算出し、この数値を採用した。また、中期計画で設定されている定性的事項についても、年度計画に反映させた。

②実績値と取り組み状況

- ・日本を取扱っていない旅行会社に対する訪日ツアー造成などの働きかけ

各市場における旅行目的地としての日本の認知度に合わせ、ニュースレターの送付や訪日旅行セミナーへの招待、「旅フェア2003」「JNTO JATA-WTMインバウンド商談会」等各種招請事業への参加勧誘により、これまで訪日旅行に関心のなかった旅行業関係者に対しても積極的にアプローチを試みた。特に米国では、米国ツアーオペレーター協会のマーケットプレイスやSIT旅行を取り扱う旅行業関係者が主催する「教育旅行会議」へ出展し、旅行先国としての日本への関心を広く喚起した。

・これまで訪日ツアーを扱ってきた旅行会社に対する働きかけ

市場のニーズと合致した新規ツアーを開発することにより訪日旅行市場の拡大を図るべく、開発・販売担当者を招請する事業や商品広告支援、商品パンフレットの作成支援等の事業を展開した。韓国では、大規模な集客が見込める訪日ゴルフツアー、ハネムーンツアー、修学旅行の開発造成を働きかけ、訪日旅行者数の増加に貢献した。

また、中国では高品質ツアー、香港では鉄道を利用した高額ツアー、タイでは北海道ツアー、オーストラリアではスキーツアーや修学旅行、フランスではアニメを題材にしたツアー、米国や英国では最近の日本映画人気にあやかったツアーの開発・造成支援事業を展開し、新たな訪日需要を生み出すことに成功した。

参考資料12：「韓国からの沖縄ハネムーン旅行、順調に増加」(報道資料)
 参考資料13：「米国映画「ロスト・イン・トランズレーション」をテーマとした訪日プロモーションを計画」(報道資料)

a. 訪日ツアー開発・造成の間接支援

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

b. 訪日ツアー開発・造成の直接支援【数値目標を設定している項目】

「旅フェア2003インバウンド商談会」や「JNTO-JATA-WTF 2003インバウンド商談会」等へのツアーオペレーター招請、共同広告の実施、機構が独自に実施した広告におけるツアー商品紹介、旅行パンフレットの作成支援、旅行見本市への共同出展等の事業を通じ、市場国ツアーオペレーターによる訪日ツアーの開発・造成を支援した。

直接支援を通じて開発・造成された訪日ツアーの成果は、次表の通りであり、ツアー催行本数を除き、平成15年度の数値目標を上回った。

◎数値目標の達成状況

—ツアー造成直接支援事業の成果—

	14年度実績	15年度目標	15年度実績	増減率
種類数	56	8.4%増加(下期 4.2%増加)	150	+167.9%
設定本数	1,343		2,080	+54.9%
催行本数	773		662	△14.4%
集客数	16,713		23,847	+42.7%

これらの数字は、次の通り分析される。

- i. 独立行政法人化に伴い、中期計画の成果目標に掲げたツアー造成に係る事業を集中的に展開した結果、ツアー種類数、設定本数、集客数が当初の見込みより大幅に増加した。
- ii. 設定本数については、FIT（個人旅行）ツアーが多く造成されたことから、著しい伸びを示している。
- iii. 設定本数と催行本数との数値差については、事務所によってFITツアーの造成件数に見合った形で集客が伸びなかったこと等から、全体として催行率が設定本数の3分の1程度に留まった。また、年度当初に発生したSARSが催行本数の減少に影響を及ぼしたものと考えられる。
- iv. また、催行本数が減少したにもかかわらず集客数が大幅に増加した要因として、ソウル事務所やシドニー事務所を手掛けた修学旅行が大きく伸びたことにより、1ツアー当たりの集客数が大きかったことが挙げられる。

**参考資料 14 : 「旅フェア 2003 でインバウンド商談会と
スタディ・ツアーを実施」(報道資料)**

c. 訪日ツアー販売支援

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

米国で実施している「Japan Travel Specialist」養成事業（注）については、VJC事業と連携したセミナーを開催するとともに、同スペシャリストを対象としたニュースレターを定期的に発行する等により、最新の訪日旅行情報を逐次提供した。この他、他市場においてもリテラーを対象とするセミナーを随時開催した他、旅行見本市への出展時に市場国ツアーオペレーターが造成した訪日ツアー商品の紹介を実施する等、販売支援を展開した。

（注）JNTOの在米事務所は、平成12年度に全米の旅行エージェントを対象にしたプログラムによってジャパン・トラベル・スペシャリスト1,800名を認定しており、日本旅行についてのコンサルティング能力向上と訪日旅行商品の販売促進に寄与することを目的として情報提供や招請事業など様々な事業に取り組んでいる。

2 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(1) 成果主義に立った事業展開・官民パートナーシップで諸外国との競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動

▶③外国人旅行者受入体制の整備支援◀

中期目標

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

中期計画

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

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

数値目標

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

年度計画

訪日外国人旅行者に対する利便性を向上させるため、全国の「i」案内所における外国人旅行者対応能力の向上等の受入体制の整備（グローバル・スタンダード化）を支援する。

数値目標

全国の「i」案内所について、指定要件を見直すとともに、提供するサービスレベルを維持しつつ、平成15年下半期には2箇所程度増加させる。

①年度計画における目標値設定の考え方

中期計画では、「i」案内所※を期間中に10箇所程度増加させることとしている。毎年段階的に増加させることとし、平成15年度は中期計画に掲げた10箇所の5分の1である2箇所程度の増加を目標とした。

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

②実績値と取り組み状況

- (1) 目標値を達成するために地方公共団体等との調整に努め、今回指定対象となった2箇所の観光案内所の現地調査を実施し、外国人旅行者に対し充実した観光案内や観光情報が提供できるよう運営体制の支援を行った上で、岩手県盛岡市、山口県山口市に各1箇所、合計2箇所の観光案内所を「i」案内所として指定した。
- (2) 平成16年4月1日から、韓国語、中国語及び英語による電話問い合わせに対するサポートサービスや全国案内のサポートサービス等案内所支援の充実を図るとともに、以下の支援を行った。
 - ・「i」案内所における外国人旅行者対応能力の向上を目的として、全国の「i」案内所の職員等を対象として研修会を開催した。
 - ・全国の「i」案内所向けに、機関誌「iブレイク」を発行し、「i」案内所の外国人旅行者対応に役立つ情報提供を行った。(上期、下期それぞれ1回発行)
 - ・全国の「i」案内所へ、JNTOの作成した、訪日外客向け「会話筆談集」(英語版、中国語繁体字版、韓国語版)、「外国人客接遇基本マニュアル」等を配付し、「i」案内所の訪日外国人旅行者への案内活動を支援した。

◎数値目標の達成状況

—「i」案内所指定数—

中期目標期間中増加目標数	15年度増加目標数	15年度指定実績数
10	2	2

③その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

過去の指定実績

	平成14年度	平成15年度	
		上期	下期
指定実績	2	0	2

参考資料15：「i」案内所制度
参考資料16：全国「i」案内所リスト

- ・「i」案内所指定要件の見直しについて

15年度において「i」案内所における「サービスレベルの維持」を前提として、改訂の条件を検討してきたが、条件をどの程度まで緩和するか等の問題があることから、16年度に成案を得るべく引き続き検討することとした。

2 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(1) 成果主義に立った事業展開・官民パートナーシップで諸外国との競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動

- ▶④国際コンベンション等の誘致及び開催支援◀
 - ア 国際コンベンション及びインセンティブ旅行の誘致
 - イ 誘致が決定したコンベンションの開催準備

中期目標

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

また、インセンティブ旅行（企業報奨旅行）については、日常的に海外における企業の情報を収集することにより、焦点を絞った誘致活動を重点的に行っていく。
- イ 誘致が決定したコンベンションの開催の準備を円滑に進めるため、人材育成、寄附金募集・交付金交付制度の運営等の支援事業を積極的に実施する。また、寄附金募集・交付金交付制度について、交付対象となる国際会議等の要件、申請手続き等の周知を図るとともに、運営の効率化を進め利便性を高める。

中期計画

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

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

さらに、ロンドン、ニューヨーク、ソウルの3海外観光宣伝事務所における誘致体制の見直しを行い、より機能的かつ効率的に誘致活動を展開できるように、3事務所での情報の共有、要員の運用の弾力化等を図る。
- イ 誘致が決定したコンベンションの開催の準備を円滑に進めるため、人材育成、寄附金募集・交付金交付制度の運営等の支援事業を積極的に実施する。特に、機構の運営する寄附金募集・交付金交付制度は、国際コンベンションの開催コストの低減に資するのみならず、資金管理を効率的に処理することにも役立つものであるため、国際コンベンション主催者による活用を促進するため、交付対象となる国際会議等の要件、申請手続き等の周知を図るとともに、運営の効率化を進め利便性を高める。

数値目標

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

年度計画

- ア 地方自治体・民間事業者のニーズを把握し、地方のコンベンション推進機関と連携して、常に誘致働きかけ対象を蓄積するとともに、誘致事業の実施に努める。
- イ インセンティブ旅行（企業報奨旅行）については、日常的に海外における企業の情報を収集することにより、我が国との観光、ビジネス等の交流が密接なアジア地域、特に韓国、香港、シンガポール、台湾に焦点を絞った誘致活動を重点的に行う。
- ウ 効率的な誘致活動を展開するため、地方のコンベンション推進機関の人材育成に努める。
- エ 中長期的な課題として、ロンドン、ニューヨーク、ソウルの3海外観光宣伝事務所における誘致体制の見直し並びに機能的かつ効率的な誘致活動の展開に資するため、3事務所での情報の共有、要員の運用の弾力化等を検討する。
- オ 誘致が決定したコンベンションの開催の準備を円滑に進めるため、人材育成、寄附金募集・交付金交付制度の運営等の支援事業を積極的に実施する。
- カ 交付対象となる国際会議等の要件、申請手続き等の周知を図るとともに、運営の効率化を進め利便性を高める。

数値目標

会議開催決定権者の招請事業の実施等、機構が直接的に誘致に関与した結果、誘致に成功した国際会議等（機構の定める基準に合致する国際会議及びインセンティブ旅行）を、平成14年度実績と比較して、平成15年度下半期に3件程度（平成14年度比4.4%相当分の増加件数）増加させる（平成15年度通年ベースでは5件、7.5%の増加。）

①年度計画における目標値設定の考え方

中期計画では、国際コンベンション、インセンティブ旅行等の日本への誘致成功件数を、平成14年度実績（67件）と比較して、中期目標期間中に35件、50%増加させることとしているが、平成15年度計画（下半期）としては、平成14年度同期比で3件、9.7%増加させることとして設定した。

誘致が決定したコンベンションへの国内における開催支援については、中期計画では、コンベンション事業に係る地方のコンベンション推進機関の初任者及び運営に係る幹部を対象としたセミナーを継続的に行うこととしている。また、交付金の交付対象となる国際会議等の要件、申請手続き等の周知を図るとともに、運営の効率化を進め利便性を高めることとしているが、年度計画では平成15年度に実施する具体策を設定した。

②実績値と取り組み状況

(1) 数値目標に対する実績値

平成15年度下期に、国際会議等25件、インセンティブ9件、計34件（平成14年度同期比で3件、9.7%増加）の誘致に成功した。平成15年度通年では、国際会議等53件、インセンティブ24件、計77件（平成14年度通年比で10件、14.9%増加）の誘致に成功し、目標を達成した。

◎数値目標の達成状況

—国際コンベンション、インセンティブ旅行の誘致成功件数—

平成14年度実績	15年度目標	内訳		15年度実績	内訳		増加率
67件	5件増(7.5%増)の72件	国際会議 インセンティブ	53件 19件	77件	国際会議 インセンティブ	53件 24件	+14.9%

参考資料17：平成15年度下期誘致成功実績

(2) 取り組み状況

ア 地方のコンベンション推進機関との連携による誘致事業の実施

- ・本部並びに海外事務所が取得した、国際コンベンション、インセンティブ旅行等の誘致に係る有効な情報（セールス・リード）を、日本側主催者の開催希望のある都市のコンベンション推進機関に対し76件（平成15年度通年で109件）提供した。また、開催が決定した会議及び開催の可能性のある会議の情報を、国際会議観光都市、及びコンベンション推進機関に72件（平成15年度通年で148件）提供した。
- ・開催地の決定権を持つキーパーソンの招請事業、海外でのコンベンション見本市への出展、海外でのインセンティブ・セミナーの開催にあたっては、コンベンション推進機関に広く参加を募り、コンベンション等の誘致促進に資する事業を実施した。

イ アジア地域に焦点を絞ったインセンティブ旅行の誘致活動の実施

- ・昨今の成長著しいアジアのインセンティブ市場の中でも、特にツアーの増加が見込まれる韓国、香港、シンガポールにおける誘致活動を、所管事務所を通じて積極的に実施した。
- ・また、ビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）と連携して、上記の国・地域に台湾、中国を加えた計5カ国（含：香港）から、インセンティブ旅行を主催する企業、並びに企画する旅行会社の決定権者（キーパーソン）47名を招請した。
- ・アジアからのインセンティブ旅行の誘致促進のために、受け入れに熱心な19都市の詳細を紹介するセールスツールを作成した。

ウ 地方のコンベンション推進機関の人材育成の実施

- ・各コンベンション推進機関に対するきめの細かい支援を実施するため、各機関に対応するJNTO側の担当者を決定し、様々な質問・疑問に応え、定期的な情報交換を行った。特に、首都圏に所在する国際会議の日本の主催者に対し、コンベンション推進機関と協力して誘致活動を実施した。

エ 海外3事務所（ニューヨーク、ロンドン、ソウル）における情報の共有化と要員の運用の弾力化

- ・海外事務所に年度の活動方針を示すと共に目標数値を設定し、誘致の参考となり得る効果的な情報については、常に本部と3事務所が共通の認識を持てるような情報交換を行った。

オ JNTOの寄附金募集・交付金交付制度は、国際会議主催者の開催支援のために、JNTOが税制優遇措置のある特定公益増進法人として会議開催に賛同する企業等から寄附金を受け入れ、寄附

金の範囲内で会議開催に必要な額を交付金として交付する制度である。

同制度を活用するためには、一定の要件（参加者数概ね200名以上、内外国人参加者概ね50名以上、参加国概ね10カ国以上、開催経費概ね2,500万円以上）を充足し、有識者7名からなる「開催支援審査委員会」の審査を経て公益に資する国際会議であると了承されることが条件となる。

平成15年度下期に寄附金募集の協力が決まった国際会議は6件で、交付金を交付した国際会議は22件（交付額148百万円）であった。

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

- ・ 広報用印刷物2種、各5千部を作成し、国際会議観光都市、当該コンベンションビューロー、国際会議運営会社（PCO）、会議主催者へ配布。また、JNTOウェブサイトで広報を実施。
- ・ IME（国際ミーティングエキスポ）にブースを出展し、国際会議主催者へ会議のコンサルティングを実施。
- ・ 事務手続きの効率化を図り、寄附金募集結果の通知から交付金の交付までに要する日数を短縮した。

参考資料18：寄附金募集・交付金制度について

③その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

- (1) 平成16年以降のインセンティブ旅行の誘致成功件数の一層の増加を図るため、ソウル、香港、北京、バンコック、シドニー、ロンドン、パリ、フランクフルト、ニューヨーク、ロスアンジェルス、サンフランシスコ、トロントの12都市・地域において「インセンティブツアーに係る市場調査」を実施した。
- (2) 平成15年度上期には、次のような人材育成事業を実施した。（それぞれ年一回の開催であるため、下期には実施しなかった。）
 - ・ 平成15年7月、初任者研修：国際会議観光都市及びコンベンション推進機関のコンベンション事業に係る初任者約75名を対象に、基本的講義やグループ討議を実施。
 - ・ 会議運営会社（PCO）の実務担当者を対象に「寄附金募集・交付金交付制度実務研修会」を、平成15年8月に開催、11社から24名が参加した。
 - ・ 平成15年9月にコンベンション推進機関の幹部20名を対象に幹部セミナーを実施。

2 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(1) 成果主義に立った事業展開・官民パートナーシップで諸外国との競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動

▶⑤通訳案内業試験事務の代行◀

中期目標

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

中期計画

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

年度計画

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

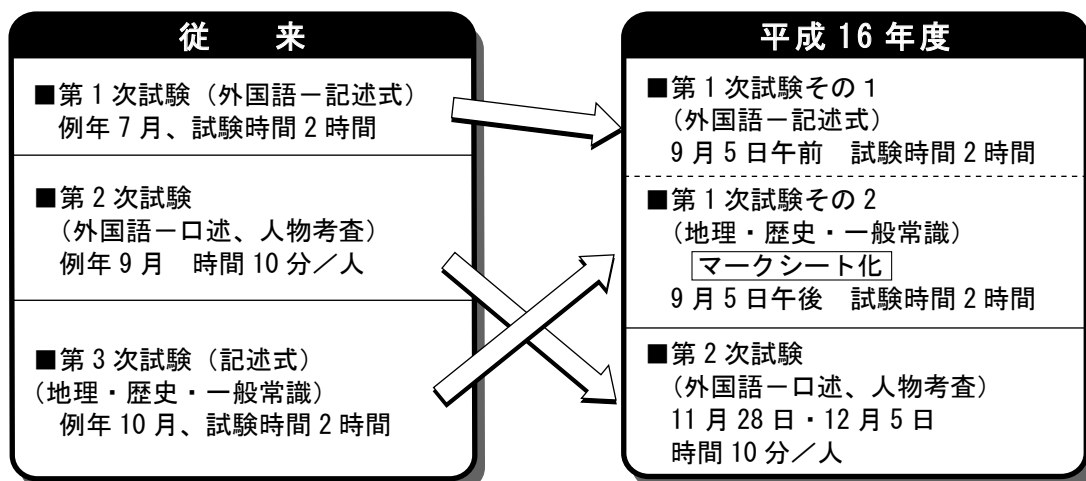
①年度計画における目標設定の考え方

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

②当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

・『通訳案内業制度等検討懇談会報告書』（国土交通省総合政策局観光部・平成15年2月）の報告内容に従い、平成16年度試験に向けて、試験回数の簡素化（試験構成の変更：3段階→2段階）、「日本地理・日本歴史・一般常識」試験をマークシート化することに係る検討と準備を行ない、平成16年度試験より導入を実現した。

試験回数の簡素化（3段階 → 2段階）と一部マークシート化



- ・また、通訳案内のために真に必要なとは見られない専門的・学問的な問題を避けるように試験問題作成者に強く依頼するとともに、目標平均点となるように出題することについて、繰り返し注意喚起していくことなどについて、検討と準備を行った。
- ・受入対策事業紹介日本語ウェブサイト『訪日外国人旅行者の受け入れに必要なノウハウ』に通訳ガイド・通訳案内業試験のページを新設し、通訳ガイドの重要性を紹介するとともに、通訳案内業試験概要ページへのリンクを設けることにより、通訳案内業試験の認知度を高めることに努めた。

③その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

通訳案内業試験出願者数の推移

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

参考資料19：通訳案内業試験の試験方式変更の案内パンフレット

2 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(2) 効率的・効果的な業務運営の促進

▶①事業の再編等◀

中期目標

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

中期計画 項目なし

年度計画 項目なし

①年度計画における目標設定の考え方

特記事項なし

②当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

日本人海外旅行者に対する海外安全情報の提供を行う「日本人海外旅行対策事業」については、「国際観光振興会法の一部を改正する法律（昭和54年法律第31号）」に基づいて実施してきた事業である。しかし、日本人海外旅行者が海外旅行に慣れ、「海外では自分の身は自分で守る」との意識が普及し、外務省の海外安全ウェブサイト、民間企業の海外安全情報に関するウェブサイトや旅行雑誌等で渡航先の安全情報の確認を行うことができるようになってきたことに鑑み、平成14年度をもって事業を廃止し、（名目上は国際観光振興会法から独立行政法人国際観光振興機構法への移行に伴い、平成15年9月末をもって廃止）、本事業に要していた予算、人的資源を他の事業に配分した。



国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(2) 効率的・効果的な業務運営の促進

▶②業績評価の充実◀

中期目標

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

中期計画

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

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

年度計画

ア 外部有識者による評価を含む業績評価制度を充実し、事業毎に評価を行う。特に、実施する事業の実績あるいは成果毎に費用の経年比較を行う等、事業のあり方に関して不断の見直しを行う。

イ 従来以上に事業パートナー（地方自治体・観光関連事業者等）のニーズの変化に応えた事業を実施することに努める。

①年度計画における目標設定の考え方

- ・ 機構が実施する事業について適切な評価を得て、不断の見直しを図るため、外部有識者による業績評価制度を充実させる。
- ・ 15年度は、ビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）が開始され、訪日外国人旅行者の誘致に対する期待とニーズが高まっている。一方、地方自治体及び民間事業者は厳しい財政・経営状況に置かれている。このような環境を踏まえ、従来以上に事業パートナーのニーズの変化に応えるためのしくみを整備する。

②当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

(1) 外部有識者による業績評価制度は、以下の2種類とし、平成16年度から開催する。

- 1) JNTOアドバイザー・コミッティー（7月、12月の年2回開催予定。平成16年7月7日第1回開催。）
- 2) 特別顧問会議（9月に1回開催予定）

(2) 従来以上に事業パートナーのニーズを把握し事業に反映させるため、特殊法人時代の賛助団体制度を見直し、賛助団体・会員の新たなしくみを導入した。

- 1) 画一的な賛助金制度を改め、「負担と受益」の関係を明確に示した、サービス・メニュー方式を採用。
- 2) サービス・メニュー以外の個別ニーズに対応するため、有料サービスの内容を明確化。
（当機構の目標達成に資する事業に限り、受託事業等として有料で請け負うもの）

3) 拠出に見合う合理的納得感を得るため、賛助団体への協力実績報告を義務化。

(3) 15年度においては、「インバウンド旅行振興フォーラム」、「JNTO インバウンド・セミナー」、並びに「JNTO 訪日旅行市場報告会」を以下のとおり開催し、国内の事業パートナーに対し、機構の果たす役割、事業内容を説明するとともに、事業パートナーの意見や要望を伺い、事業に反映させることに努めた。

1) インバウンド旅行振興フォーラム (注)：平成16年2月5日 (東京) 参加者数 401名

2) JNTO インバウンド・セミナー (注)：平成16年2月3～13日 (函館、盛岡、名古屋、大阪、松江、高松、鹿児島、計7ヶ所。国土交通省地方運輸局との共催) 参加者数合計 681名

3) JNTO 訪日旅行市場報告会 (注)：平成16年2月6日 (東京) 参加者数 20名

(注) インバウンド旅行振興フォーラム：地方自治体、旅行関係業界等を対象として、最新マーケットの動向や訪日旅行促進のノウハウの事例紹介、JNTOの使命・役割や事業活動の説明を目的として開催するもの。平成15年度は、賛助団体・会員または賛助団体・会員になり得る団体に対し、顧客満足度重視や成果主義等「新生JNTO」の基本理念や姿勢を説明し、理解を得ることに重点を置いた。

(注) JNTO インバウンド・セミナー：インバウンド旅行振興フォーラムと同様の趣旨で、国土交通省各地方運輸局と共同で開催するもの。

(注) JNTO 訪日旅行市場報告会：インバウンド旅行振興フォーラムと同様の趣旨で開催し、同フォーラムの講師として出席しない観光宣伝事務所長が講演を行うもの。

2

国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(2) 効率的・効果的な業務運営の促進

▶③適正な人事制度の確立・人事考課の徹底◀

中期目標

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

中期計画

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

年度計画

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

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

①年度計画における目標設定の考え方

職員の能力及び実績を適正に評価する仕組みを確立し、適切に運用する。特に海外観光宣伝事務所においては、限られたマンパワーで数多くの事業を展開することから、派遣職員はもとより現地で採用する職員が組織の使命や目標を把握し、組織人として十分に力を発揮してそれぞれ成果を上げることが求められる。このため、現地採用職員の人事考課を踏まえた処遇の改善を行い、業務への取り組み意欲の向上を図り、成績の優秀な現地採用職員については、将来の基幹職員として登用させるため、本部職員として採用する。

②当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

(1) 新しい人事制度の構築

平成16年4月から導入すべく新人事制度案を作成し、全役職員に対し、意見聴取を行い、また説明会を開催した。海外事務所については、海外事務所長会議（平成16年2月開催）において討議し、管理部長等が本部から出張し、説明を行う等、新人事制度導入に向けて所要の準備を行った。

◎新人事制度

新人事制度は、全ての職員につき、業績評価の結果も参考にして、定期的に能力と実績を評価し、適正かつ厳格な人事考課を実施し、これを処遇に反映させるものである。

- ・身上報告書提出時に部長、海外事務所長との面談を実施した上で、自己目標を設定した。
- ・等級（資格）及び職階（職務）毎に定める人事評価基準（等級、職階が上位である程厳しい評価基

準)に基づき毎年4月に自己評価を行った上で、複数人の上長による人事評価を行い、最終的には役員会において決定する。

- ・海外事務所職員については、事務所単位での業績評価とを組み合わせ評価する。
- ・この制度により、昇給する者もあるが、評価結果によっては最大20%の降格・降給となる厳しい措置を講ずるものである。
- ・人事評価の結果も踏まえて人事異動において適材適所とする。
- ・役職手当を役職の責務の重さに応じた率に改定する。この他、賞与の際の管理職加算率、職務加算率についても同様に見直しを行う。
- ・労働環境紛争裁定パネルの設置
職場における人事・労務管理事案につき、管理者側と職員との間で、紛争が生じた場合には、JNTO組織内において自律的に紛争を解決できる仕組みを作る。
- ・16年度については、15年度下半期を対象とした人事評価を、平成16年6月末に役員会で決定した。

(2) 期待水準を超えた管理職に対する昇給

平成15年度において、新人事制度の導入までの措置として、管理職を対象に昇給のゼロベース査定を実施し、勤務実績を給与等に反映させることとし、期待水準を超えていると認められた約半数の管理職のみ昇給させた。

参考資料20：独立行政法人国際観光振興機構の職員の職制

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

- ・職員の資質を考慮し、総務、経理、企画、カウンター業務等、適材適所の人員配置とした。
- ・人事ローテーションを考慮し、若手職員については、近い将来の海外事務所勤務に必要な語学を修得するよう指示した。

(4) 現地採用職員の人事考課制度等

従来実施していた現地採用職員の定期昇給制度を平成15年度をもって廃止した。平成16年度からは、新たに現地採用職員に関する人事考課制度を構築し、この人事考課において、事務所の事業に著しい貢献があった者、具体的な成果を上げた者のみに貢献度、成果に応じた特別手当を支給することとしている。

(5) 優秀な海外事務所採用職員の本部職員への登用

海外事務所の現地採用職員の中から優秀と判断され、本部職員として採用できる者を審査した結果、ソウル事務所副所長（韓国人）を平成16年4月1日に本部職員として採用することとなった。

2

国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(2) 効率的・効果的な業務運営の促進

▶④外部人材の活用◀

中期目標

地方自治体・民間事業者等から有能な人材を登用・活用する。

中期計画

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

年度計画

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

①年度計画における目標設定の考え方

中期計画では、関係者のニーズを業務に適正に反映させるとともに、業務を効率的に実施するため、地方自治体・観光関連事業者等から有能な人材を登用し積極的に活用するとしてあり、平成15年下期に地方自治体・観光関連事業者等から人材を受け入れることを目標とした。

②当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の取り組み

- ・当機構役員を通じてそれぞれの出身母体に出向者の派遣依頼を行ったところ、観光関連事業者からは、平成15年12月に航空会社、旅行会社からそれぞれ1名ずつ計2名を受け入れることとなった。出向者は、それぞれ航空会社、旅行会社での経験を当機構の業務に反映させ、活性化に繋げている。
- ・また、EUビジネスマン日本研修員(アイルランド人)を受け入れ、外国人の視点に立った助言に基づき事業の見直しを行った。
- ・地方自治体・観光関連事業者等については、更に有能な人材を受け入れるべく、平成16年2月に当機構の賛助団体、会員等に対して、職員／社員の出向受け入れの募集案内を行ったところ、出向者を派遣したい旨連絡があり、調整した結果、1県、1市、2旅行会社から出向者を受け入れることとなった。

③その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

- ・平成16年4月1日、JNTO初の民間企業からの理事長として、中村稔（前日産フィナンシャルサービス取締役社長）が就任した。
- ・なお、平成15年10月1日の独立行政法人スタート時の3部長は、民間からの出向者であった。

2 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(2) 効率的・効果的な業務運営の促進

▶⑤海外の在外公館、諸外国の政府、観光関連機関等との連携強化◀

中期目標

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

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

中期計画

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

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

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

年度計画

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

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

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

①年度計画における目標設定の考え方

平成15年度はビジット・ジャパン・キャンペーン(VJC)を中核としたインバウンド振興の意義が特に強調され、様々な観光立国施策が展開され始めた年であり、また平成15年度下期は、JNTOが独立行政法人として新たなスタートを切った年でもあることから、海外在外公館、諸外国の政府、観光関係機関等との連携をこれまでになく有機的に展開強化していく地固めの最初の年と位置づけている。

②当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

ア JNTOは世界の主要12都市に海外観光宣伝事務所を設けており(平成16年3月末現在)、各事務所の日常活動の中で、現地の在外公館、地方自治体を含めた他の公的機関の海外事務所、民間企業の海外事務所等と緊密に協力、連携している。

(1)平成15年度は、VJCの重点市場の内、韓国、米国、中国、香港において、在外公館等と協力して上期中に立ち上げた海外VJC推進会の事務局運営に中核的な役割を果たした。特に、中国のVJC推進会では、JNTOの北京事務所は、事務局を務めるだけでなく、現地の日本大使館、日本商工会議所、日本人会、国際交流基金、日本貿易振興会、及び日系の航空会社や旅行会社の若手スタッフによる「VJC推進会ワーキンググループ」を組織し、日中青少年交流の促進や中国人訪日観光旅行有識者へのヒアリング等の具体的な活動を積極的に展開している。

(2)国際交流基金とJNTOの海外事務所は、これまでも日本語弁論大会や日本語教師を対象としたセミナー等において協力してきたが、さらに連携を深め、海外の日本語学習者という200万人以上の有望な（日本に対する興味と関心を既に有しているという意味で）マーケットセグメントを対象とした訪日旅行促進事業に関する検討を本部間で開始した。

次年度以降は、初年度の貴重な事例、経験を踏まえ、より効果的な連携を強化していくこととする。

イ (1)「日中韓観光当局間の観光協力に関する覚書」に基づくツアー造成支援事業について

平成15年10月に日中韓の政府間で締結された同覚書に基づき、VJC事業と連携し、平成16年3月に、全米のツアーオペレーター11社のツアープランナーを日本→韓国→中国のファムトリップ（視察旅行）に招請した。

JNTOでは現地米国で他の関係政府観光局、航空会社等と連絡を取り、参加ツアーオペレーターを選定、及び旅程等の調整を行った。

その後の調査によれば、平成16年度中に日中韓の内、少なくとも2ヶ国を回るツアーを造成するとしたのが5社、17年度中に造成するとしたのが2社、合計7社が造成を言明しており、来訪外客の共同誘致の努力が実を結びつつある。

(2) WTM2003（World Travel Market、於ロンドン）開催時のブース設置における日韓の協業

毎年11月にロンドンで開催される旅行業者を対象とする標記旅行見本市は、有力な業界関係者が多数集まることと、その規模の大きさから、旅行商品販売等の場として高く評価されている。

例年JNTOは単独で参加していたが、昨年開催された同見本市では、韓国観光公社（KNTO）と連携を取り、隣接した場所に展示スペースを設営するとともに、共通意匠によるディスプレイに配慮し、広域としての北東アジアにおける観光の魅力をアピールした。

(3) JNTOは国土交通省が諸外国の政府と連携して実施する国際観光協議に協力しているが、平成15年度は、下記のような二国間協議に協力した。

1) 第3回日米観光交流促進協議会ワーキンググループ会議

平成15年10月／横浜

2) 第5回日豪観光交流促進協議

平成15年11月／オーストラリア（アリスプリングス）

3) 第18回日韓観光振興協議会

平成15年11月／韓国（江原道）

（これを受けて翌12月にはJNTO本部においてKNTOと観光宣伝協議を開催）

(4) また、二国間観光協議だけではなく、二国間の経済連携協定に基づく観光協力事業についても協力している。平成15年度は、平成14年に締結された日本・シンガポール新時代経済連携協定における合意に基づいて平成15年11月に東京で開催された「第1回日本・シンガポール観光合同委員会」において、JNTOとシンガポール政府観光局の米国向け共同プロモーション事業の

実施を検討することが決定された。

次年度以降は、各協議での決定事項の実施に当たると共に、今後予定されるカナダ、ドイツ、スペイン、中国等との協議にも積極的に協力していくこととする。

ウ (1) 平成15年度は、10月に(社)日本ツーリズム産業団体連合会(TIJ)、(社)日本旅行業協会等と共催で「訪日ツーリズム元年シンポジウム」を横浜で開催し、定員500名を上回る587名のインバウンド担当者を中心にツーリズム産業関係者が出席した。なお、JNTOの向山(前)理事長が同シンポジウムにおいて総括講演を行った。

2月には、JNTOの理事長が理事を務めている(財)アジア太平洋観光交流センター(APTEC)が、世界観光機関(WTO)との共催で「地域文化と観光振興」をテーマに開催した国際観光会議(WTO石川会議)に協力した。同会議には国内から約250名、海外からは23カ国・地域から約50名が参加した。

2

国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(2) 効率的・効果的な業務運営の促進

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

中期目標 項目なし

中期計画

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

年度計画

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

①年度計画における目標設定の考え方

- ・効率的業務運営を促進するためには、個人や各部局に分散している基礎的な情報やノウハウ等や事業実施に関係するデータを一元的に管理し、国内外の役職員がいつでも利用できる環境を整備する必要がある。このため、情報の伝達及び保管、利用についての制度を整備し、事業運営に必要な情報共有及び活用が可能なシステムの整備を行う。
- ・特殊法人時代における、各海外宣伝事務所の提出する月例業務報告は、ハードコピーによる提出であった。情報共有の容易化、迅速な報告の実現及び郵送料等の事務費の節約を図るため、業務報告システムの抜本的な改革を図る。

②当該年度における取り組み

- (1) 情報の蓄積・管理機能を整備するために、従来、各役職員、担当部局で個別に保存、管理されていた各種文書や資料を、簡単な操作で登録できる「JNTO 情報共有システム」(= Infonet) を構築し、運用を開始した。

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためにとるべき措置 (3)業務運営の効率化の推進
②当該年度における取り組み (4) (p. 7) を参照。

- (2) 独法化を機に海外観光宣伝事務所による月例業務報告の内、本部及び事業パートナーである旅行・観光・運輸関連企業・団体が必要とする報告事項を整理し、かつ従来のハードコピーによる提出を廃止して全て電子メールによる提出とした。また、業務に役立つ情報については、全員へのメール送信により、情報の共有化の推進を図っている。

中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

平成 15 年度は運用環境の整備及び情報の蓄積を開始したところであり、平成 16 年度においても登録・利用状況を適宜確認の上、引き続き共有環境の利用促進に努める。さらに、情報検索機能などデータ利用・分析ツールの強化や、操作性の改善などを行い、ナレッジ・マネジメントの観点から、収集、蓄積した情報の有効活用を図る。

2 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(3) 情報の公開・事業成果の公表

中期目標

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

中期計画

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

年度計画

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

①年度計画における目標設定の考え方

機構が本邦において知名度が低いことから国内広報を充実させ、また、独立行政法人として国民への説明責任の観点から組織概要、財務諸表はもとより、事業の成果等についてインターネットを活用して公表し、機構に対する国民の認識と信頼を確保する。

②当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

- (1) 機構の日本語ウェブサイト独立行政法人移行後の組織概要、財務諸表、機構の独立行政法人としての使命、通則法に基づく中期目標、中期計画、年度計画、決算報告、事業報告、及び機構の事業パートナーに直接役立つ情報などについて公表している。
- (2) ユーザーにとってより見易く、かつ活用し易いウェブサイトとするため、平成16年度にウェブサイトの改善を行う予定である。
- (3) 訪日ツーリズム振興にかかわる関係者及び一般の人々へ、JNTOの事業の意義と事業活動をPRするため、記者会見や国土交通記者会へのプレスリリースなどを通じて、JNTOの事業やその成果につき、積極的に広報活動を実施した。さらに、機構の事業の実施内容を広く理解してもらうため、記者発表資料を随時ウェブサイトに掲載している。

参考資料21：平成15年度下期報道発表案件一覧

2

国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(4) 附帯する業務

中期目標 項目なし

中期計画

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

年度計画

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

■国際観光テーマ地区等推進協議会とは

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

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

■日本コンベンション・コンgres・ビューロー（JCCB）とは

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

①年度計画における目標設定の考え方

- ・国際観光テーマ地区等推進協議事務局業務及日本コンgres・コンベンション・ビューロー（JCCB）事務局業務については、平成15年10月の独立行政法人化に伴う組織・業務の見直しの中で、これらの業務についても、受入体制が整った段階で外部に移行し、それによって生じるマンパワーを、外国人旅行者の来訪促進に係る他の業務に投入することを検討することとした。

②当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

- ・平成15年6月、国際観光テーマ地区等推進協議会の理事会にて、「平成16年度以降の国際観光テーマ地区等推進協議会及び事務局のあり方」について討論し、会員自治体による事務局持ち回りあるいは外部委託について検討することとなった。今後も、どちらかの方法により事務局業務をJNTOから他に移行することにつき検討を進め、早期の実現をめざす。
- ・日本コンgres・コンベンション・ビューロー（JCCB）については、同事務局業務のJNTOからの分離・独立化を目指し、自立化を進めることとした。

3 予算、収支計画及び資金計画

中期目標

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

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

中期計画

(1) 自己収入の確保

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

(2) 予算（人件費の見積を含む。）

別紙

(3) 収支計画及び資金計画

別紙

年度計画

(1) 自己収入の確保

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

(2) 予算（人件費の見積を含む。）

別紙

(3) 収支計画及び資金計画

別紙

①年度計画における目標設定の考え方

地方自治体及び民間事業者が置かれた厳しい状況を踏まえ、平成15年度は事業パートナーの顧客満足度を高め拠出に対する合理的な納得感を得易くするために、特殊法人時代の賛助金制度を見直すとともに、新たに「会員」のしくみを導入し、事業パートナーに対する説明に重点を置いた。

また、諸事業の開拓については、事業パートナーに対して受託事業、募集事業、講演、研修を効率的に実施できるよう費用の原価計算の方法等のしくみを整備した。

②当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

(1) 自己収入の確保

1) 賛助金制度の見直し

従来の画一的な賛助金方式を改め、「負担と受益」を明確にする観点から以下のとおり、サービスのメニュー化等の導入、従来の賛助金制度を見直すとともに、会員の新たなしくみの導入、活動報告の義務化等を行った。

- i. 賛助団体に提供する基本的サービスのメニュー化と提供を開始
- ii. 賛助団体に対する定期的な活動報告を義務化（規約の制定）
- iii. 会員を業種別に区分し、業種毎に提供するサービスのメニュー化と提供を開始
- iv. 会員がサービスを選べるよう、拠出規模（口数）に応じてメニューを区分
- v. 賛助団体・会員へのサービス・メニューに含まれないものについては、有料サービスの内容を明確化し、提供を開始
- vi. 賛助団体・会員への個別訪問等を通じて、メニューにない事項についてもニーズを把握し対応

2) コンベンション協賛金制度の見直し

コンベンション誘致事業の運営資金は、75%相当が、各国際会議観光都市等からの協賛金で賄われてきた。

厳しい地方財政の状況下、コンベンション事業運営資金を確保するために、コンベンション協賛金について、平成16年度より、従来の定額方式から、協賛金拠出者の受益内容を明確化した事業別メニュー制を導入することとし、準備を行った。

参考資料22：コンベンション協賛金 事業別メニュー制の概要

3) また、インバウンド旅行振興フォーラム（東京）、JNTOインバウンド・セミナー（地方7カ所）及び海外旅行市場報告会等の開催により、日本各地の事業パートナーの意見や要望を聞き、事業に反映させることに努めた。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項、(2)効率的・効果的な業務運営の促進、②業績評価の充実の、当該年度における取り組み(3)(p.30参照。)

4) 事業の開拓等

当機構が効率的に受託事業、募集事業を実施して管理費収入を得て自己収入が得られるよう原価計算等のしくみを整備し、国・地方自治体及び観光関連団体等に対して、外国人旅行者訪日旅行促進事業、ツアー開発・造成・販売支援事業、国際コンベンション等の誘致事業等に関する受託事業、募集事業を実施した。

5) 講師派遣、原稿執筆、委員就任等による自己収入確保の努力

特殊法人時代には必ずしも有料で対応していなかった講師派遣・原稿執筆等について、講演・研修等に関する対処方針を適切に運用し原則として全て有料で申し受けることとし、従来以上に自己収入の確保に努めた。講師派遣料・原稿執筆料については、対応職員の職階や依頼者との関係（賛助団体・会員であるか等）に応じた料金体系を設けることで、依頼者の合理的納得感を得やすいようにした。その結果、平成15年度下期には、23件の委員会、講演、原稿執筆等により、約108万円の収入を得た。

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

参考資料23：平成15年度賛助金・会費及びコンベンション協賛金収入の状況
参考資料24：平成15年度賛助団体・会員リスト

(2) 15年度予算（下期）等の執行状況（表1～3 参照）

<一般勘定>

平成15年度（下期）の収入は、計画額16億円に対して、合計で85百万円増の16億85百万円となっている。この変動の主な要因は以下のとおりである。

- ・地方公共団体や観光関連団体の財政が厳しい状況にあることを受け、賛助金・コンベンション協賛金収入が計画額に対して29百万円の減となったこと。
- ・一方、海外でのプロモーション事業に係る受託業務案件が増加したこと等により、事業収入が計画額に対して1億10百万円の増となったこと。

支出については、計画額16億円に対して、合計で77百万円の不用があり、実績額は15億23百万円となった。この変動の主な要因は以下の通りである。

- ・業務経費において事業の効果的な実施時期を選定した結果、一部の事業を次年度に繰越すこと等により、計画額に対して1億12百万円の減となったこと。
- ・他方、受託経費について受託案件の増加により計画額に対して37百万円の増となったこと。
- ・また、人件費については、人事院勧告による人件費の引き下げ、約半数の管理職の昇給停止等により、16百万円の減額となったこと。
- ・一般管理費については、新人事制度の導入に伴う経費の増等により、計画額に対して13百万円の増額となったこと。

<交付金勘定>

平成15年度（下期）の収入は、寄附者からの寄附額が減少したことにより、計画額5億円に対して3億30百万円減の1億70百万円となっている。

支出については、交付金交付額の減及び委員手当や旅費等事業経費の節減により、計画額5億円に対して3億44百万円減の1億56百万円となっている。

表1 予算

[一般勘定]

(単位：百万円)

区 分	中期計画	平成15年度計画		
		計画額	実績額	差額
<収入>				
運営費交付金	10,248	1,199	1,199	0
賛助金・コンベンション協賛金収入	1,646	217	188	△ 29
事業収入	1,507	180	290	110
事業外収入	33	4	9	5
計	13,434	1,600	1,685	85
<支出>				
業務経費	4,021	504	392	112
受託経費	1,798	235	272	△ 37
人件費	6,247	702	686	16
一般管理費	1,368	159	172	△ 13
計	13,434	1,600	1,523	77

[交付金勘定]

(単位：百万円)

区 分	中期計画	平成15年度計画		
		計画額	実績額	差額
<収入>				
寄附金収入	4,488	500	170	△ 330
事業外収入	1	0	0	0
計	4,489	500	170	△ 330
<支出>				
交付金事業経費	4,489	500	156	344
計	4,489	500	156	344

表2 収支計画

[一般勘定]

(単位：百万円)

区 分	中期計画	平成15年度計画		
		計画額	実績額	差額
<費用の部>				
経常費用	13,432	1,599	1,543	56
業務経費	4,021	413	392	21
受託経費	1,798	235	272	△ 37
一般管理費	7,609	951	854	97
減価償却費	4	0	18	△ 18
財務費用	—	—	6	△ 6
臨時損失	—	—	3	△ 3
当期利益金	1	0	23	△ 23
計	13,433	1,599	1,569	30
<収益の部>				
運営費交付金収益	10,243	1,198	1,102	△ 96
国際観光振興事業収入	3,153	397	450	53
資産見返運営費交付金戻入	4	0	0	0
資産見返補助金戻入	—	—	13	13
事業外収益	33	4	5	1
計	13,433	1,599	1,569	△ 30

[交付金勘定]

(単位：百万円)

区 分	中期計画	平成15年度計画		
		計画額	実績額	差額
<費用の部>				
経常費用	4,489	500	156	344
交付金事業経費	4,489	500	156	344
当期利益金	0	0	0	0
計	4,489	500	156	344
<収益の部>				
寄附金収入	4,488	500	156	△ 344
事業外収益	1	0	0	0
計	4,489	500	156	△ 344

表3 資金計画

[一般勘定]

(単位：百万円)

区 分	中期計画	平成15年度計画		
		計画額	実績額	差額
<資金支出>				
業務活動による支出	13,434	1,600	1,553	47
投資活動による支出	—	—	1,067	△ 1,067
次期への繰越金	0	0	306	△ 306
計	13,434	1,600	2,925	△ 1,326
<資金収入>				
業務活動による収入	13,434	1,600	1,539	△ 61
運営費交付金による収入	10,248	1,199	1,199	0
賛助金・コンベンション協賛金収入	1,646	217	89	△ 128
事業収入	1,507	180	243	63
事業外収入	33	4	8	5
投資活動による収入	—	—	1,150	1,150
前期からの繰越金	—	—	237	237
計	13,434	1,600	2,925	1,326

[交付金勘定]

(単位：百万円)

区 分	中期計画	平成15年度計画		
		計画額	実績額	差額
<資金支出>				
業務活動による支出	4,489	500	156	345
次期への繰越金	0	0	167	△ 167
計	4,489	500	322	178
<資金収入>				
業務活動による収入	4,489	500	170	△ 330
寄附金収入	4,488	500	170	△ 330
事業外収入	1	0	0	0
前期からの繰越金	—	—	152	152
計	4,489	500	322	△ 178

(中期計画)

1. 人件費は退職手当金を含んでおり、このうち役員報酬並びに職員基本給、職員諸手当及び超過勤務手当に相当する範囲の人件費見積額については、期間中 5,913 百万を見込んでいる。

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

3. 運営費交付金の算定ルールは参考資料25のとおり

参考資料25：運営費交付金算定ルール

4 短期借入金の限度額

中期目標 項目なし

中期計画

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

年度計画

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

【該当なし】

5 その他業務運営に関する重要事項

中期目標

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

中期計画

項目なし

年度計画

項目なし

①年度計画における目標設定の考え方

年度計画なし

②当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

従来の賛助金制度を見直すとともに、賛助団体・会員の新たなしくみを導入し、拠出者に対し「負担と受益」についての説明を行い、実行を開始した。

3. 予算、収支計画及び資金計画、②当該年度における取り組み(1) (p. 41) を参照。

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

⑥ 重要な財産を譲渡し、又は担保にする計画

中期目標 項目なし

中期計画 項目なし

年度計画 項目なし

【該当なし】

7 剰余金の使途

中期目標 項目なし

中期計画

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

年度計画

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

【該当なし】



その他主務省令で定める業務運営に関する事項

(1) 人事に関する計画

中期目標 項目なし

中期計画

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

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

年度計画

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

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

①年度計画における目標設定の考え方

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

②当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置、(2)職員の意欲向上と能力啓発の、
②当該年度における取り組み(p. 3)を参照。

③その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

- (1) 平成15年度に策定した新人事制度を平成16年度より導入し、全ての職員につき、定期的に能力と実績を評価し、適正かつ厳格な人事考課を実施し、これを処遇に反映させていく予定である。
- (2) 平成16年2月に当機構の賛助団体、会員等に対して出向者の受け入れの案内を行ったところ、地方自治体、旅行会社等から出向者を派遣したい旨連絡があり、調整した結果、1県、1市、2旅行会社から出向者を受け入れることとなった。



⑧ その他主務省令で定める業務運営に関する事項

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

中期目標 項目なし

中期計画

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

年度計画

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

①年度計画における目標設定の考え方

昨今、地方自治体及び民間事業者は厳しい財政・経営状況に置かれており、賛助金収入は漸減傾向にあった。15年度は当機構の独立行政法人化を機に、「負担と受益」の説明責任を果たすためのしくみを整備する。

②当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

従来の賛助金制度を見直すとともに、賛助団体・会員の新たなしくみを導入し、拠出者に対し「負担と受益」についての説明を行い、実行を開始した。

3. 予算、収支計画及び資金計画、②当該年度における取り組み(1) (p. 41) を参照。

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



その他主務省令で定める業務運営に関する事項

(3) 査証発給手続きの簡素化・迅速化、輸送力の増強等の施策を担当する関係機関に適宜要請を行う。

中期目標 項目なし

中期計画

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

年度計画

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

①年度計画における目標設定の考え方

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

②当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

(1) JNTOが構成員として参加した「訪日旅行ビザ問題研究会」（座長：（社）日本観光協会中村会長）が平成15年2月にまとめた「訪日旅行ビザに関する改善策の提言」に基づいて、関係業界と共に、近隣アジア諸国の査証手続きの簡素化、迅速化に関して関係当局に対する要請等を行ったところ、「韓国人修学旅行生に対する査証免除」（平成16年3月1日）、「香港からの訪日旅行者に対する短期滞在査証免除」（平成16年4月1日）が決定された。

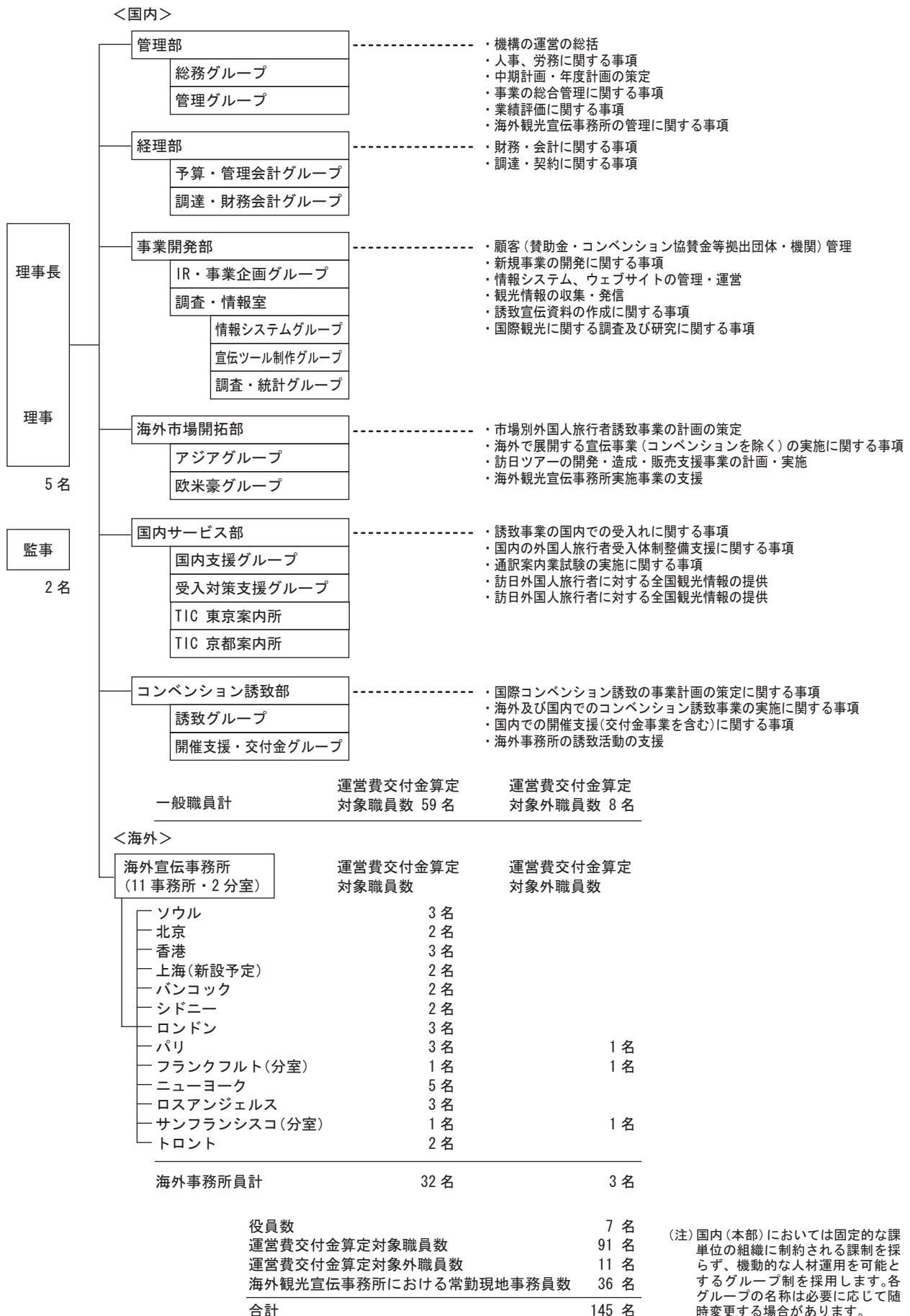
(2) また、JNTO北京観光宣伝事務所が事務局を務める「中国ビジット・ジャパン・キャンペーン推進会」が「中国人修学旅行生への査証優遇策」を外務省に要請したところ、「中国人修学旅行生に対する査証手数料免除」（平成16年4月5日）が決定された。

(3) さらに、JNTOは内閣府総合規制改革会議（平成15年10月6日開催）の要請に応じて、アジア諸国における査証の発給問題について状況報告を行った。また、日星観光合同委員会（平成15年11月27日開催）に代表者を派遣し、日星間の航空輸送力に関連して、札幌ーシンガポール間の航空便開設の検討を要請した。

参考資料1 (旧)特殊法人 国際観光振興会 組織図(平成15年度上半期)

		補助対象 定員	補助対象 外定員	
運営 審議会 会長 副会長 理事 6名 監事 2名	<国内>			
	総務部	10名	2名	・振興会の運営の総括 ・事業の総合管理に関する事項 ・国際観光に関する調査及び研究に関する事項
	総務課			
	企画調査課			
	経理部	6名		・財務・会計に関する事項 ・調達・契約に関する事項
	財務課			
	会計課			
	海外宣伝部	15名		・海外で展開する宣伝事業(コンベンションを除く)の実施に関する事項 ・誘致宣伝資料の作成に関する事項 ・観光情報の収集・発信 ・情報システム、ウェブサイトの管理・運営
	宣伝課			
	観光情報課			
観光情報システム室				
観光交流部	11名	2名	・国内の外国人旅行者受入体制整備支援に関する事項 ・国際観光交流支援事業の実施に関する事項 ・通訳案内業試験の実施に関する事項	
受入事業課				
開発事業課				
海外誘致部	7名	2名	・海外におけるコンベンション誘致事業の実施に関する事項 ・国際コンベンション誘致センター海外事務所の管理 ・コンベンション誘致に係る広報・宣伝	
マーケティング課				
広報宣伝課				
国内誘致部	6名	2名	・国内におけるコンベンション開催支援事業の実施に関する事項 ・寄附金募集・交付金交付事業に関する事項 ・日本コンgres・コンベンション・ビューローの事務局運営に関する事項	
支援課				
交付金課				
TIC 東京案内所	2名		・訪日外国人旅行者に対する全国観光情報の提供	
TIC 京都案内所	3名		・訪日外国人旅行者に対する全国観光情報の提供	
一般職員計	60名	8名		
<海外>				
海外宣伝事務所 (11事務所・2分室)		補助対象定員	補助対象外定員	
ソウル(定員増)		3名		
北京		2名		
香港(定員増)		3名		
上海(新設予定)		2名		
バンコック		2名		
シドニー		2名		
ロンドン		3名		
パリ		3名	1名	
フランクフルト(分室・定員減)		1名	1名	
ニューヨーク		5名		
ロスアンゼルス		3名		
サンフランシスコ(分室・定員減)		1名	1名	
トロント		2名		
海外事務所員計		32名	3名	
		役員数	8名	
		補助対象職員数	92名	
		補助対象外職員数	11名	
		海外観光宣伝事務所における常勤現地事務員数	37名	
		合計	148名	

参考資料1(つづき) 独立行政法人 国際観光振興機構 組織図(平成15年度下半期)



「観光立国」プロフェッショナル募集!

観光立国(インバウンド・ツーリズム振興)を推進する国土交通省所管の
専門機関JNTOが将来の海外事務所長候補者を募集します。

- 資格 / ●旅行・観光・運輸に関する業務の経験のある者。
●外国語で仕事ができる者(英、仏、独、中、韓のいずれか少なくとも1ヶ国語)。海外勤務経験又は留学経験を有する者が望ましい。
●国籍不問(但し、日本語が堪能であること。)
●50才以下(平成16年4月1日現在)の4年制大学卒、大学院修了者。
- 給待遇 / 内規に従い職務経歴、学歴を考慮の上、国家公務員水準に準拠。
人事評価に基づき年1回、賞与年2回、社保有、60歳定年。
- 勤務時間 / 9:00~17:30 但し本人申請によりフレックスタイム制の適用有り。また、一部事業所においては、輪番制の土・日曜、祝日(年末年始を含む。)勤務有り。
- 休日 / 週休二日制、年次有給休暇20日、夏季特別休暇3日、年末年始、国民の祝日
- 勤務地 / 東京、海外事務所(13ヶ所) 採用時期 / 相談の上随時 募集人数 / 若干名
- 応募方法 / 自筆の履歴書(写真付)、職務経歴書(書式自由)、作文「志望動機」(800字以内)、返信用封筒(定型、応募者の住所・氏名を記入)をご郵送下さい。書類選考の上、面接日をご連絡いたします。尚、応募書類は返却いたしません(秘密厳守)。



独立行政法人 国際観光振興機構(JNTO)

〒100-0006 東京都千代田区有楽町2-10-1 東京交通会館10階
TEL.03-3216-1901(管理部・総務グループ 採用担当)

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

<http://bizcareer.nikkei.co.jp/ad/061.htm>

報道資料



国際観光振興機構 (JNTO)

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

会長 向山 秀昭

平成16年3月26日

外国人旅行者が日本各地へ ～平成16年度JNTO訪日外国人旅行者増加キャンペーンを実施～

国際観光振興機構(JNTO)では、観光シーズンである春季、夏季の訪日旅行者増加を図るため、3月～5月にかけて訪日旅行キャンペーンを実施する。

このキャンペーンでは、海外で日本観光旅行商品を現地旅行会社と共同で広告・販売等を支援し、海外9ヶ国(韓国・中国・香港・シンガポール、オーストラリア、台湾、英国、米国、カナダ)を対象に、訪日外国人客前年同期比20%増を目指す。

香港では、4月からの訪日旅行ノービザ実施に伴い、新聞広告や沖縄民族舞踊の公演、訪日旅行商品購入者への記念品の作成などを実施する。

また、世界中で関心を集めた映画「ラスト・サムライ」のDVDが発売される英国では、DVD発売とタイアップして、侍にちなんだ日本の伝統文化が色濃く残る観光地を新聞広告で紹介する他、JALの訪日旅行商品販売支援を行う。

訪日旅行者数のトップを行く韓国では、ハネムーンやゴルフ客を見込んだPR広告の他、韓国でまだ知られていない地域紹介広告を掲載し、更なる訪日客数の増加を狙う。この他、有力市場の中国(北京・上海)やイースター(復活祭)の時期に訪日旅行PRを強化するオーストラリアでも広告を掲載する。(詳細は別添表のとおり)

従来の特許法人制度の下では単年度予算の制約を受け、年度を跨ぐこととなる春季の事業展開が困難であったが、独立行政法人に移行後の現在は、予算の弾力的、効果的な執行が可能となり、3月～5月にかけてのキャンペーン実施に至った。

JNTOでは、独立行政法人のメリットを生かし、官民をつなぐ政府観光局(NTO)の立場を最大限に発揮する効果的な事業により、今後も訪日外国人客の増加を目指す。

担当：海外市場開拓部 三瓶、原(周)

電話：(03)3216－1902

FAX：(03)3216－1846

【主な事業とその概要】 ※別添の全事業一覧表も合わせてご覧下さい。

1. 香港における訪日ノービザ実施記念キャンペーン事業

本年4月1日より、90日以内の短期滞在を目的として本邦に入国を希望する香港特別行政区(SAR)旅券所持者及び英国海外市民(BNO)旅券所持者(香港居住権者)に対する査証免除措置が開始されることとなった。香港からの訪日旅行手続きが大幅に簡略化される今回のノービザ化を記念し、(1)査証免除措置を告知する新聞広告の掲載、(2)ノービザ記念イベントの実施、(3)ノービザ実施記念品(フォトアルバム)作成の3事業で構成される「ノービザ実施記念キャンペーン」を展開する。

2. 韓国における日本観光PR及び訪日旅行商品販売支援事業

韓国の3大日刊紙(朝鮮日報、東亜日報、中央日報)に4月後半の約2週間、日本の観光地のPR広告を計40回掲載する。韓国からのハネムーンやゴルフ客で人気のある沖縄と、韓国では魅力が十分に知られていない北陸、中部、中国、四国の4地域をPRする。イメージ広告に合わせ、それぞれの地域への旅行商品を紹介し、販売を支援する。

3. オーストラリアにおける「訪日ツアー促進月間」事業

日本航空及び現地各ホールセラーと共に、イースター時期の旅行客をターゲットとして訪日ツアー販売強化月間を設ける。新聞広告、バス車体広告、店頭ポスター等で日本のイメージを一般消費者の目に焼き付ける。新聞広告では、日本へのウェルカムメッセージと具体的な旅行商品例を掲載し、訪日旅行を促す。バス車体広告では、シドニー市内を走るバスの側面に日本のイメージ広告を約6週間に渡って掲載することにより、シドニー中心部に居住する約240万人の内、75～85%の人々が一人当たり35回以上当該広告を目にすると見込まれている。

4. 英国における「The Last Samurai」DVD発売に合わせた訪日旅行PR事業

英国にて本年1月に公開され人気を博している映画「The Last Samurai」のDVDが、5月初頭に発売される。これに合わせ、本DVDを販売するワーナーブラザーズ、本映画に関連したツアーを販売する日本航空ならびにJAL Creative Tours社と共に、アドバトリアル(記事広告)掲載を実施する。英国における最有力紙であるThe Timesの土曜旅行版16ページを全て使用し、訪日旅行の魅力紹介記事や訪日旅行商品の宣伝広告を掲載することにより、消費者の興味を掘り起こし訪日旅行客の増加を図ることを目的とする。なお、今年度上半期に開発を支援したJAL Creative Tours社ならびにJTBのFIT(個人旅行)商品についても、本アドバトリアル掲載に合わせて広告支援を実施する。

5. 米国・ワシントン桜祭りにおける訪日旅行PR事業

米国ワシントンDCで開催されるワシントン桜祭り(2004年3月27日～4月11日)にて、メインイベントの一つであるストリートフェスティバル(4月3日)にブースを設置し、旅行デスクティネーションとしての日本PRや各企業の訪日旅行商品紹介を行う。本年は桜祭り自体が日米交流150周年記念事業の一環として指定されていることから注目度が一段と高まっており、ストリートフェスティバルへの来場者だけでも50,000人が見込まれている。

また、3月下旬からワシントンDCの主要ホテルや博物館等にて配布される米国版ぴあともいえる雑誌「WHERE」の桜祭り特別号に、航空会社や旅行会社などの関係企業と共同で広告を掲載し、ストリートフェスティバルにおける日本ブースへの来場を呼びかけると共に、実際の旅行商品についても紹介を行い、訪日旅行を促す。

参考資料3(つづき)

国・地域名	担当事務所(分室)名	事業名	事業の種類	事業内容
韓国	ソウル	日本観光PR及び訪日旅行商品販売支援事業	広告広報	韓国の3大日刊紙(朝鮮日報、東亜日報、中央日報)に4月後半の約2週間、日本の観光地(沖縄、北陸、中部、中国、四国)のPR広告を計40回掲載。ハナツアー、ロッテ観光を始めとする韓国の大手旅行社や韓羽旅行社等の日本専門旅行社が発売する訪日旅行商品を合わせて紹介し、訪日旅行商品の宣伝支援を実施。
中国	北京	中国(北京・上海)における高品質ツアー商品販売支援事業	広告広報	3月下旬、代表的日刊紙である北京晩報、新民晩報(上海)、及び有力情報紙である申江服務導報(上海)に日本のイメージ広告を掲載し、訪日旅行をPR。メーデー休暇(5月1日～7日)を中心に中国系旅行社7社より販売される高品質訪日旅行商品9種を紹介し、当該商品の販売を支援。
香港	香港	訪日ノービザ実施記念キャンペーン事業	広告広報 販売促進ツールの作成	(1)査証免除措置を告知する新聞広告の掲載 査証免除措置が開始される4月1日、東方日報を始めとする大手主要6紙にノービザキャンペーン新聞広告を掲載。 (2)ノービザ記念イベントの実施 香港において最も人が集まるTIMES SQUARE(ショッピングモール)を会場として、4月3日・4日の両日にわたりノービザ記念イベントを実施。香港人に人気のある沖繩エイサーの演舞等により、訪日旅行及び訪日旅行商品をPR。 (3)ノービザ実施記念品の作成・配布 訪日旅行商品を取り扱う香港の旅行会社に対し、販売促進ツールとしてノベルティグッズ(フォトアルバム)を提供。4月1日より1ヶ月間、訪日旅行商品を購入した一般消費者を対象に配布。
		東北・長野地域へのFIT商品開発・定番化事業	ツアー造成・販売支援	Satellite Tour社(JAL系)の東北方面FIT(個人旅行)商品及びCathay Pacific Holidays社(キャセイ航空系)の長野方面FIT商品の定番化を図るべく、新聞記者(3社)招請を実施。また、販売実績の良い販売店よりカウンタースタッフを招請し、当該商品のモニターを兼ねた訪日研修旅行を実施。
シンガポール	バンコック	NATAS旅行展参加事業	旅行博への出席参加	シンガポールで最大の旅行展示即売会であるNATAS Travelに出展し、JAL、ANA、Tradewinds社(シンガポール航空の子会社)のFIT商品を宣伝し、販売支援を行う。また、北海道、北東北3県、大阪市等隣接して出展する自治体と連携し、旅行目的地としての日本の認知度向上に努める。
オーストラリア	シドニー	「訪日ツアー販売促進月間」事業	広告広報	旅行需要の高いイースター休暇を狙った「訪日ツアー販売促進月間」を設け、Sunday-Herald紙ならびにSunday Telegraph紙に日本のイメージアップ広告を掲載し、消費者の訪日意欲を促進。訪日旅行を取り扱う主要旅行会社15社の商品も同時に紹介する。また、同時期に日本のイメージ広告とJNTOのURLを掲示した路線バスをシドニー市内に走らせ、旅行目的地としての日本を多くの消費者の目に印象付ける。
		訪日ストップオーバー促進事業	販売促進ツールの作成	上記「訪日ツアー販売促進月間」に合わせて訪日ストップオーバー客を誘致すべく、JALと共同で魅力的なビジュアルを用いた日本のイメージ広告を制作し、Sunday-Herald紙ならびにSunday Telegraph紙に掲載。また、販売促進のためのポスターを同時に作成し、一般消費者やリテラーにおける訪日ストップオーバー旅行の認知度向上を図る。
		訪日修学旅行市場調査及び「観光学生大使」募集事業	市場調査	訪日修学旅行の需要と要望に関するアンケートを教育関係者を対象に実施し、今後の修学旅行拡大事業に役立てる。同時に「学生観光大使(仮称)」を募集し、次年度に訪日モニター修学旅行を実施。モニター結果を今後のセミナーや訪日ツアー商品販売の際に活用する。
台湾	(日本観光協会台湾事務所)	高品質訪日旅行商品販売旅行社との共同広告事業	広告広報 販売支援	日本の観光魅力を紹介すると同時に、高品質訪日旅行商品を販売する旅行社との共同広告により、訪日ツアーの販売促進を図る(共同広告をする旅行社については、選定中)。
イギリス	ロンドン	映画「The Last Samurai」DVD発売に合わせた訪日旅行PR事業	広告広報	5月に発売される映画「The Last Samurai」DVDの販売キャンペーンとタイアップし、The Timesの土曜版に16ページに渡り訪日旅行に関するアドバトリアル(記事広告)を掲載。同時にJALが発売する訪日旅行商品を紹介し、販売を支援。
		格安FITツアー商品広告支援事業	広告広報	上記アドバトリアル掲載後の5月上旬より、The Times紙への訪日旅行イメージ広告掲載を計4回実施。平成15年度上期に開発支援したCreative Tours社(JAL系)およびJTBのFIT(個人旅行)商品を合わせて紹介し、販売を支援。
アメリカ	ニューヨーク	ワシントン桜祭りにおける訪日旅行PR事業	広告広報 イベントへの出席参加 ツアー販売支援	ワシントン桜祭りにおけるメインイベントの一つである「ストリートフェスティバル」に出展し、訪日旅行の魅力や訪日ツアー商品情報について情報提供を行う。また、桜祭りを特集する雑誌に訪日インバウンド関連6社と共同で広告を掲載し、訪日旅行の魅力のPR。
		映画「Lost in Translation」にちなんだオプショナルツアー造成及び販売支援事業	ツアー造成・販売支援	日本旅行、日通旅行、JTBUSA、近鉄インターナショナル、ジャルパック、ANAハローツアーの6社にて新規造成中である映画「Lost in Translation」にちなんだオプショナルツアーを、組み合わせ可能な既存FIT(個人旅行)スケルトン商品と合わせて宣伝を行う。訪日旅行は高いという概念を払拭すべく、今回造成するツアーは全て低価格にて販売される見込み。
	ロスアンゼルス	アメリカン航空との共同プロモーション事業(イベント)	ツアー造成・販売支援	今年4月、アメリカン航空が成田ーロスアンゼルス間に定期便を就航させるのに合わせ、現地旅行会社等を対象にした共同プロモーションイベントを実施し、訪日ツアー造成を働きかける。
		Aju Toursとの共同広告事業	広告広報 ツアー造成・販売支援	昨年のJATA-WTF商談会に参加したAju Tours(韓国系ツアーオペレーター)に対しJNTOロスアンゼルス事務所が働きかけ(フォローアップ)を行ってきた結果、新たに訪日旅行商品が造成された。これに合わせて共同で新聞広告を実施し、当該商品の販売促進を支援する。
サンフランシスコ	海外旅行流通関係者ファム・トリップ支援事業	ツアー造成・販売支援	昨年JATA-WTF商談会に参加したSignet Tours(中華系ツアーオペレーター)に対しJNTOロスアンゼルス事務所が働きかけ(フォローアップ)を行ってきた結果、新たに訪日旅行商品が2種類造成された。これに合わせて共同で新聞広告を実施し、当該商品の販売促進を支援する。	
カナダ	トロント	FIT新商品販売支援事業	ツアー造成・販売支援 広告広報	サンフランシスコで訪日SIT(スペシャル・インタレスト・ツアー)旅行を専門とするツアーオペレーター、Gregory Howell Association(GHA)社による、訪日旅行に意欲的な旅行流通機関(ツアーオペレーター、大学同窓会、研究機関等)の旅行企画担当者(9名)を対象とした訪日視察・研修旅行を支援。参加した各機関は伝統文化をテーマとしたSIT中心の訪日旅行商品を、本年下半年にかけて造成販売予定。今までカナダ市場には少なかったエア+ホテル型の低廉FITツアー商品について、各旅行会社における新規造成を支援。販売支援用にパンフレット、ツアー紹介カードを作成すると共に、訪日旅行のイメージアップを図る広告を新聞に掲載する。

参考資料4 都道府県対象「賛助団体とJNTOの協力関係のあり方に関するアンケート」結果抜粋

①貴自治体において、今後、国際観光の振興に対しどのように取り組んでいかれる方針ですか。

	回答数	構成比
大いに強化する	6	12.8%
強化する	29	61.7%
従来と変わらないが重視する	12	25.5%
重視しない	0	0.0%

②貴自治体における国際観光振興において、特にどの事業の取り組みを優先されますか。(複数回答あり)

	回答数	構成比
海外での知名度向上のPR	35	37.2%
海外の旅行会社へのセールス	30	31.9%
外客受入体制の整備	23	24.5%
海外の訪日旅行市場の調査	5	5.3%
特になし	1	1.1%
その他	0	0.0%

③貴自治体の国際観光振興において、JNTOからどのようなサービス(事業)を希望されますか。(複数回答あり)

	回答数	構成比
海外での知名度向上のPR	35	34.2%
海外の旅行会社へのセールス	28	27.5%
外客受入体制の整備	16	15.7%
海外の訪日旅行市場の調査	21	20.6%
特になし	1	1.0%
その他	1	1.0%

④貴自治体へのサービスをご提供する上で、各自治体の規模等に応じて拠出いただいている額(賛助金等)と国の補助金を合わせてはじめて実施できるものですが、拠出される皆様にとり、負担と受益についてどのようにお考えでしょうか。

	回答数	構成比
有益なサービスであれば負担したい	10	21.3%
負担はよいが受益を具体的にしてほしい	27	57.5%
現状で適当	9	19.1%
負担と受益ともにもっと少なくてよい	1	2.1%

⑤貴自治体から賛助金等を拠出いただく上で、拠出額に対応するサービスメニュー(別紙)を示す方式を導入することにより「負担と受益の関係」を明らかにすることについてどうお考えでしょうか。

	回答数	構成比
大変よい	8	17.0%
よい	30	63.9%
不十分	5	10.6%
問題あり	3	6.4%
無回答	1	2.1%

参考資料5 メディア広報事業の代表的成果(平成15年度)

国・地域名	媒体名(種類)	発行部数 又は視聴者数	記事概要
韓国	Morning Calm(航空会社機内誌)	30万部	水と森のシンフォニーと題し、世界自然遺産の屋久島を紹介。
中国	旅遊天地(月刊誌)	16万部	現代中国を代表する著名作家である莫言氏が広島を訪れ、そこで見つけた彼岸花の美しさ、広島の魅力を語る。
中国(香港)	「永安旅遊 KIREI KIREI」(テレビ)	102万人	日本の国技・相撲の魅力を紹介し、併せて東京の観光魅力を紹介。
オーストラリア	Channel 9 “Burke’s Backyard”(テレビ)	200万人	豪州で絶大なる人気を誇るタレント・プレゼンターが、90分にわたり、日本の庭園、現代日本の魅力を紹介。
カナダ	Toronto Star(日刊紙)	67万部	カナダ最大の日刊紙旅行編集長が、東京、京都、大阪の観光魅力をレポート。
米国	National Geographic Magazine(月刊誌)	850万部	武士道、サムライ文化について36頁にわたり深く多角的に紹介。川中島合戦戦国絵巻、大阪城收藏品等の写真は圧巻。
米国	New York Post(日刊紙)	53万部	六本木ヒルズをはじめとする東京の最新状況を紹介するほか、日本は高くないという記述あり。
英国	National Geographic Channel “Chasing Time”(テレビ)	(視聴可能世帯数) 1億1,000万	東京の観光地を舞台にカップルが12時間の制限時間の間に携帯電話などで指示のある設問に次々挑戦していく。
ドイツ	Suddeutsche Zeitung(日刊紙)	46万部	東京の歴史、人々の様子、雑踏からかけ離れた静粛な家並みの路地と対照的なビジネス都市としての東京の顔を紹介。
フランス	Elle Decoration(月刊誌)	20万部	現代建築として注目を集める直島のベネッセアイランド、建築家安藤忠雄氏を紹介。



取材風景



取材記事

参考資料6 平成15年度メディア広報事業取材件数(媒体種類別・地域別内訳)

媒体種類	地域	アジア	豪州	欧州	米州	計
ガイドブック		2	0	7	3	12
雑誌		18	2	14	16	50
新聞		5	6	13	12	36
テレビ・ラジオ		7	5	6	2	20
その他		2	0	2	5	9
合計		34	13	42	38	127

その他=インターネット、ビデオ、写真

参考資料7 ニューヨークポスト紙掲載訪日観光紹介記事

2003年6月10日付 米国ニューヨークポスト紙掲載 訪日観光紹介記事

「ハロートーキョー、未来の都市へようこそ」



記者名 : Mr. David Landsel

訪日時期 : 平成15年5月6日～13日

取材地 : 東京六本木、汐留地区、長野県軽井沢等

JNTO協力内容 : 取材手配、JRイーストレールバス提供

(抄訳)

世界には、偶然にセレブに会う場所がある。東京はセレブに会う機会が最も多い都市の一つである。日本の経済は低調にもかかわらず、都市が新しく生まれ変わっている。そして、すばらしいホテルや、レストラン、ブティックが並び、セレブの購買意欲を十分に満たしてくれるのだ。毎週セレブが来るとは言わないが、彼らは必ずやってくる。

今、東京は魅力的な都市となり、訪問する絶好の時期となった。

六本木ヒルズは何階にも渡って、ショッピングアーケードやレストランが並び、54階建てのビルの最上階に展望フロア、そしてこの秋にも森美術館がオープンする。

また、今までビジネスの中心であった丸の内だが、週末も魅力的な街になるようにブティックやレストランが仲通に並び始めた。その象徴となるのが丸の内ビルである。

代官山は日本らしくはないが、一番粋な場所となっている。ここは東京なので、代官山だけがいつまでも新しい場所として注目を集めているわけがない。3分ほど代官山から歩いたところにある中目黒も魅力あるカフェなどが並んでいる。

新宿のパークハイアット東京ほど、東京の夜を楽しめるところはない。夜景のすばらしい52階のレストラン等はセレブ達に会える絶好の場所である。

日本は安い。 日本の治安は悪くない。朝の4時まで地図を片手に歩いても大丈夫である。

参考資料8 平成15年度の海外における広告事業一覧

国名	広告事業名	掲載媒体	掲載時期
中国	中国(北京・上海)における 高品質ツアー販売広告支援事業	北京晩報(北京)、 新民晩報、申江服務導報(上海)	3月
香港	和歌山広告掲載事業	東方日報	3～4月
シンガポール	SARS対策メッセージ広告	The Straits Times	5月
	NATAS Holiday 2003 出展	The Straits Times	8～9月
英国	旅行専門誌におけるアドバトリアル掲載	Global Adventure(旅行専門誌・年8回刊)、 Selling Long Haul(旅行業界誌・月刊)	9～10月
	Cox & Kingsとの共同広告の実施	Daily Telegraph 土曜版のTelegraph Magazine	2月
米国	Lost in Translationにちなんだ ツアー造成・販促支援事業	NYタイムズ、LAタイムズ	3～4月
	ワシントン桜祭り共同広告事業	「WHERE」桜祭り特集号	3月
	AjuToursとの共同広告事業	KoreanTimes(米国における大手韓国系新聞)	3～5月

参考資料9 中国における広告事業の例

JNTO北京観光宣伝事務所では、2004年5月の中国のメーデー休暇における高品質ツアーの販売促進を目的とした「高品質ツアー販売広告支援事業」を実施しました。

具体的には、2004年の3月下旬に、北京及び上海における有力紙3紙(北京晩報、新民晩報、申江服務導報)へ、日本へのウェルカムメッセージを入れた観光イメージ広告とともに、北京(5社)及び上海(2社)の訪日団体観光取扱旅行社が取り扱う高品質かつ特色ある付加価値を有するツアーを計16回(カラー広告、すべて1/2ページ広告)掲載しました。

この結果として、消費者からの反応は良好で、計1,050件の問い合わせがあり、555人(北京478人、上海77人)の参加がありました。



参考資料10 米国における広告事業の例

JNTOニューヨーク観光宣伝事務所では、毎年4月に開催され、特に平成16年は日米交流150周年記念事業の一環としても位置づけられ注目を浴びたワシントンDCでの桜まつり開催にあわせて広告掲載を行いました。

これは米国版ぴあともいえる雑誌「WHERE」の桜祭り特別号に、理事長によるウェルカムメッセージと、航空会社やツアーオペレーター等5社の事業パートナーによる旅行商品を掲載したものです。この特別号は30,000部発行され、3月中旬からワシントン桜祭り開催期間中にかけて、ワシントンDCの主要ホテルや博物館等で無料配布されました。

この広告ではJNTOが出展した桜祭りメインイベントのひとつ、ストリートフェスティバルへの来場も呼びかけており、当日は約5,000人の米国人がテントを訪れました。事業パートナーからは両事業について非常によかったとの反響がありました。

VISIT JAPAN NOW!
Dear Visitors and Residents of Washington, DC,
Welcome to the 10th Annual National Cherry Blossom Festival.
On behalf of the Japan National Tourism Organization, I'd like to give a big "Welcome" to everyone from around the world who has come to share this special day with us.
Cherry Blossom season in Japan is one of the most spectacular times to visit. Millions of cherry blossoms bloom in Japan, creating a carpet of pink flowers. Visitors enjoy literally thousands of "sakura" ponds as they stroll. In Japan, thousands of locals and visitors alike flock to parks and gardens to catch beautiful grand umbrellas like flowers blooming in cherry blossom. You don't have to make a special effort. Flowers are everywhere.
Many tour operators and airlines are offering special packages during cherry blossom season. For more information on specific flight rates at all our offices, stop by the JNTO's booth during the festival. Welcome to Washington, DC! We'll see you at the festival on the 10th of April. Let us visit you on the 10th of April at www.japantravel.com
We look forward to sharing our love of Japan with you here and in Japan.
A warm welcome to everyone.
Mr. Takashi Nakamura,
President, Japan National Tourism Organization

ANA
A STAR ALLIANCE MEMBER
THE ONLY DAILY NON-STOP FLIGHT FROM WASHINGTON, DC TO TOKYO
1-800-2-FLY-ANA | www.fly-ana.com

Continental Airlines Vacations
4 Day TOKYO Japan Super from \$949
Also, Sherry Fry's Memorial Tours to Japan
Call 800-682-7872 or visit our web site
www.japanvacations.com

JAPAN EXPRESS TRAVEL, INC
1-800-879-8288
E-mail: jetinfo@vorticon.net
Complete Travel Service Domestic, International, all Over the World. Discount tickets to all over the World. London, Rome. Package tours to USA, Canada, Europe and Asian countries.

The spring view Japan with Elantra
FROM \$899
The new Elantra. Security. Airfare. Ferry Japan. Fuel. Park. All-in-one. \$1.1 Night Accommodation in Tokyo.
Call us today @ 800-453-0887
KINTETSU INTERNATIONAL EXPRESS
<http://www.kintetsu.com/usa/>

Japan's Spring New Cultural World

Photo of a man in a suit, likely a representative of JNTO.

参考資料11 平成15年度のウェブサイトアクセス数推移

	アクセス 総数	英語	中国語 (繁)	韓国語	日本語	中国語 (簡)	フランス語	ドイツ語	その他
4月	1,524,743	638,239	190,753	188,803	135,872	72,503	24,423	17,385	256,765
5月	1,612,886	702,059	214,781	199,126	138,633	56,685	26,112	19,574	255,916
6月	1,624,201	590,832	273,463	263,489	126,942	57,475	22,634	17,751	271,615
7月	1,724,631	633,737	282,961	270,585	131,351	60,947	26,894	20,556	297,600
8月	1,667,846	620,087	291,591	242,420	123,188	73,636	22,122	19,996	274,806
9月	1,791,159	730,373	330,335	184,728	120,406	74,101	26,730	26,773	297,713
10月	1,961,711	805,058	357,427	240,365	124,955	73,504	28,995	30,036	301,371
11月	1,780,675	699,772	342,406	224,186	96,736	67,295	25,049	25,116	300,115
12月	1,581,734	633,695	296,990	189,455	123,223	63,627	23,583	23,691	227,470
1月	1,705,380	775,777	251,226	187,246	137,618	52,110	35,755	36,390	229,258
2月	1,706,292	776,074	312,364	139,823	127,425	60,627	35,200	35,241	219,538
3月	2,293,793	985,518	453,421	163,650	183,812	84,214	37,970	33,378	351,830
上期合計	9,945,466	3,915,327	1,583,884	1,349,151	776,392	395,347	148,915	122,035	1,654,415
下期合計	11,029,585	4,675,894	2,013,834	1,144,725	793,769	401,377	186,552	183,852	1,629,582
年度合計	20,975,051	8,591,221	3,597,718	2,493,876	1,570,161	796,724	335,467	305,887	3,283,997

(注)アクセス数の単位はページビュー。
 その他は、言語選択トップページ及び地図等、各種データへのアクセス。

報道資料



国際観光振興機構 (JNTO)
<http://www.jnto.go.jp>

会長 向山 秀昭
平成15年4月25日

韓国からの沖縄ハネムーン旅行、順調に増加

国際観光振興会(JNTO)では、韓国からの海外ハネムーン旅行先としてビーチリゾートの人気の高いことから、平成14年7月から沖縄県、沖縄観光コンベンションビューロー、地元観光業界と共同で、韓国から旅行会社及びテレビ局を対象とした視察、ツアー商品の開発、販売促進、宣伝等の一貫した沖縄ハネムーンツアーの開発事業に取り組んでおり、韓国からのハネムーン客が順調に増加している。

平成14年12月のツアーの販売開始から平成15年3月までの4ヶ月間で韓国から113組226人のハネムーン客が沖縄に訪れた。4月からシーズンに入ること、また、JNTOが韓国において展開してきた誘致宣伝の効果が出てきていることなどから大幅な増加が期待される。平成15年の集客目標は1,000名、3～4年後には5,000名を目標としている。

韓国では年間に約35万組70万人が結婚し、その内の70%に当たる50万人が海外にハネムーン旅行に出掛けている。台湾、グアム、モルディブ、パリ、セブ、欧州などに人気があり、特にビーチリゾートの人気の高いが、日本はハネムーン旅行先としては認知されていない。なお、沖縄へは平成13年に60組120人が訪れている。

JNTOでは、沖縄の遠浅で透明度のある美しいビーチが、韓国からの他のビーチリゾートと比較して競争力があり、距離的にも韓国に近く、価格面でも対抗可能なことなどから、本格的にツアーの開発に取り組むこととし、沖縄県、沖縄観光コンベンションビューロー、アジアナ航空、那覇空港事務所・CIQ等に対して、例えば、アジアナ航空のソウル発のスケジュールをハネムーン等の利便性の良い時刻に変更するよう協力要請を行い、ソウル発を17:40から19:25に繰り下げることができた。

また、平成14年10月に韓国の大手旅行会社4社(ロッテ観光、現代ドリーム、ハナツアー、レッドキャップ)及び国営KBSテレビを招請し、視察・取材を実施し、この結果が、12月にKBSの平日17時45分から15分の人気番組「世界は広い」で12月に4回にわたり放映された。

JNTOでは、上記旅行会社4社の販売促進策としてツアーパンフレットの作成を支援するとともに、韓国語ウェブサイトにも沖縄ハネムーンの宣伝を掲載したほか、東亜日報、朝鮮日報、中央日報に沖縄県とともに共同で新聞広告を実施した。

担当：観光交流部開発事業課 野田、山下
電話 (03) 3216-1903
FAX (03) 3216-6026

報道資料



国際観光振興機構 (JNTO)

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

会長 向山 秀昭

平成16年2月27日

米国映画「ロスト・イン・トランスレーション」をテーマとした訪日プロモーションを計画

国際観光振興機構(JNTO)は、話題の映画「ロスト・イン・トランスレーション(原題: Lost in Translation)」[監督・脚本: ソフィア・コッポラ]をテーマとした訪日客誘致プロモーションに取り組む。

新宿、渋谷、京都などを舞台に、仕事で東京に滞在中の米国人男女の出会いと交流を独特の映像美で綴る同映画は、すでに各国で上映され、とくに米国ではゴールデン・グローブ賞3部門(作品賞[ミュージカル・コメディ部門]、主演男優賞[ビル・マーレイ/ミュージカル・コメディ部門]、脚本賞)を受賞、アカデミー賞も4部門ノミネート(作品賞、監督賞、主演男優賞、オリジナル脚本賞)されているほか、英国アカデミー賞3部門(主演男優賞、主演女優賞[スカーレット・ヨハンソン]、編集賞)を受賞するなど、高い評価を受けている。

現代の日本を舞台とした同映画は、欧米で日本への関心を高めることにも一役買っている。英国の日系旅行会社 Creative Tours社がすでに関連ツアーを販売しているほか、本年1月に、同映画の約6割が撮影されたホテル「パークハイアット東京」等主催のプレストリップがJNTOの協力で実施され、高い評判を得た。JNTOの海外事務所を通じた聞き取り調査によると、米国・英国では同映画を観て「日本に行きたくなった」と感じる観客が多く、米国の日系ツアーオペレーターを中心に同映画をテーマとしたツアー造成に意欲的な姿勢を見せている。

JNTOでは、同映画による日本への関心の高まりを好機と捉え、同映画をテーマとした米国及び英国市場からの訪日客誘致プロモーションに着手する。具体的には、まず、現地ツアーオペレーターへツアー造成の働きかけを行い、さらに当該社の日本本社にも協力を要請し、ツアー造成につなげる。ツアーが造成された後は、共同広告の実施や、JNTOのウェブサイト・ニュースレター等を活用した情報発信などによる販売支援を実施する予定である。

担当：事業開発部 長岡、菊池

電話 (03)3216-1905

FAX (03)3216-6026

報道資料



国際観光振興機構 (JNTO)
<http://www.jnto.go.jp>

会長 向山 秀昭
平成15年4月25日

旅フェア2003 でインバウンド商談会とスタディ・ツアーを実施

国際観光振興会(JNTO)は、去る4月18日～20日にパシフィコ横浜で開催された「旅フェア2003」(旅フェア実行委員会主催、総入場者数198,801名)の一環として、4月17、18日の両日、旅フェア実行委員会との共催により、インバウンド商談会を開催した。

インバウンド商談会は、海外からの訪日ツアー造成を促進することを目的に、海外の有力旅行会社(バイヤー)と、日本側の地方公共団体、旅行関連企業等(サプライヤー)とが個別に直接面談を行ない、各地の最新の観光情報を提供するとともに、具体的なビジネスにつながる商談を行うものである。

今回の商談会は、パシフィコ横浜会議棟を会場に第9回目の開催となり、アジアを中心とする7カ国・地域から36社(他にプレス2社)が参加、また日本側からは43団体・企業が参加した。

今回は中東情勢及びSARSの影響をまともに受け、海外からは相当数の参加キャンセルが出るものと危惧されたが、蓋を開けてみるとバイヤー、サプライヤーとも昨年を越える参加を得た。(バイヤー：昨年は35社37名、今年は36社41名／サプライヤー：昨年は38機関、今年は43機関)

商談会終了後に実施したアンケート(有効回答率全参加者の73%)の結果を見ると、5段階評価(1が最低、5が最高)で「今回の商談会成果」の平均は4.21、「事務局による運営」については4.03という、それぞれ高い評価を得た。また、新規サプライヤーとのビジネス開始予定は67%が「ある」と回答し、また参加各旅行社による今後の訪日ツアー造成の予定は85%が「ある」と回答するなど、今後の訪日ツアー造成が大いに期待される結果となっている。JNTOでは、当会海外事務所及び(社)日本観光協会台湾事務所を通じフォローアップを強化して、新たな訪日ツアーの開発・造成や販売支援に努めていく。

また、商談会に先立つ14日～16日には「ジャパン・スタディ・ツアー」を実施し、東京コンベンション・ビジターズビューロー及び神奈川県・神奈川県観光協会の協力による「東京・神奈川コース」には17名が、静岡県・静岡県観光協会の協力を得た「静岡コース」には7名が参加した。

両コースとも参加者からは、各地の観光魅力や施設の体験が新しいツアー造成に非常に役立ったと高く評価されている。

担当：国際観光振興会(JNTO)
海外宣伝部 中澤
TEL：03-3216-1902

参考資料15 「i」案内所制度

外客が日本国内を一人歩きする際に容易に必要な情報が入手できるように、地方公共団体や地方観光協会等が設置している観光案内所のうち、外国人対応可能なものを「i」案内所として指定し、国際観光振興機構のTIC(ツーリスト・インフォメーション・センター)との連携を図り、その機能向上を図り、もって、外客の国内旅行の容易化と接遇向上及び日本理解の増進を図るもの。

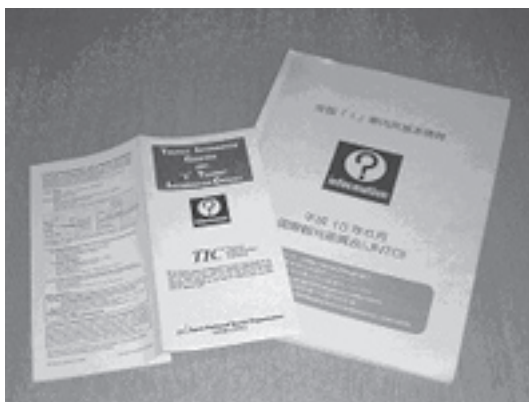
(参考)「i」は、informationの略で、案内所を意味する略語。「i」案内所では「？」の共通マークを使用している。



「i」案内所の共通マーク



さっぽろ観光案内所



「i」案内所紹介印刷物

都道府県名	番号	案内所名	都道府県名	番号	案内所名	
北海道	1	札幌市観光部観光案内カウンター「カッコウの窓口」	岐阜県	60	飛騨観光案内所	
	2	札幌国際プラザ i (アイ)		61	熱海市観光協会	
	3	札幌国際プラザ国際情報コーナー		62	伊東観光協会案内所	
	4	函館市駅前観光案内所		63	静岡市静岡駅前観光案内所	
	5	七飯町大沼国際交流プラザ		64	浜松市観光インフォメーションセンター	
青森県	6	青森県観光総合案内所	静岡県	65	名古屋国際センター 情報カウンター	
	7	青森市観光案内所		66	名古屋市名古屋駅前観光案内所	
	8	青森空港観光総合案内所		67	オアシス21iセンター	
	9	弘前市観光案内所		68	名古屋市金山観光案内所	
	10	弘前市立観光館	愛知県	69	名古屋港総合案内所(ガーデン緑園総合案内所)	
	11	三沢空港総合案内所		70	伊勢市観光案内所	
	12	はちのへ総合観光プラザ		71	大津市観光案内所	
	13	十和田湖総合案内所		72	彦根市観光案内所	
岩手県	14	北東北観光センター	三重県	73	大津市観光案内所	
	15	一関観光案内所		74	彦根市観光案内所	
	16	盛岡市観光文化交流センター		75	大津市観光案内所	
	17	岩手県観光協会		76	大津市観光案内所	
宮城県	18	仙台市総合観光案内所	滋賀県	77	大津市観光案内所	
	19	仙台国際センター交流コーナー		78	大津市観光案内所	
秋田県	20	秋田市観光案内所		大阪府	79	大津市観光案内所
	21	田沢湖観光情報センター			80	大津市観光案内所
	22	十和田八幡平観光物産協会観光案内所	81		大津市観光案内所	
	23	角館町観光情報センター「駅前蔵」	82		大津市観光案内所	
	24	男鹿観光案内所	83	大津市観光案内所		
山形県	25	山形空港総合案内所	兵庫県	84	大津市観光案内所	
	26	山形駅観光案内所		85	大津市観光案内所	
	27	やまがた観光情報センター		86	大津市観光案内所	
福島県	28	福島市観光案内所(JR福島駅東口)		奈良県	87	大津市観光案内所
	29	福島市観光案内所(JR福島駅西口)	88		大津市観光案内所	
	30	会津若松駅観光案内所	89		大津市観光案内所	
	31	鶴ヶ城観光案内所	90		大津市観光案内所	
	茨城県	32	土浦市観光案内所	和歌山県	91	大津市観光案内所
33		つくば市観光案内所	92		大津市観光案内所	
栃木県	34	宇都宮市観光案内所	島根県		93	大津市観光案内所
	35	東武日光駅構内観光案内所			94	大津市観光案内所
	36	日光郷土センター		95	大津市観光案内所	
群馬県	37	群馬県高崎観光案内所		徳島県	96	大津市観光案内所
千葉県	38	成田市観光案内所	香川県		97	大津市観光案内所
	39	成田観光館			98	大津市観光案内所
	40	千葉市観光情報センター			99	大津市観光案内所
	41	千葉市幕張観光情報センター		100	大津市観光案内所	
	42	ちば国際コンベンション・ビューローインフォメーション	愛媛県	101	大津市観光案内所	
	43	かしわインフォメーションセンター		102	大津市観光案内所	
	神奈川県	44		神奈川県観光協会観光案内所	高知県	103
45		横浜観光コンベンション・ビューロー産業貿易センター観光案内所		104		大津市観光案内所
46		横浜観光コンベンション・ビューロー新横浜駅構内観光案内所	105	大津市観光案内所		
47		横浜観光コンベンション・ビューロー横浜駅観光案内所	106	大津市観光案内所		
48		横浜観光コンベンション・ビューロー桜木町観光案内所	福岡県	107	大津市観光案内所	
49		鎌倉市観光総合案内所		108	大津市観光案内所	
50	箱根町湯本観光案内所	109		大津市観光案内所		
新潟県	51	新潟駅万代口 観光案内センター		佐賀県	110	大津市観光案内所
富山県	52	富山市観光案内所	111		大津市観光案内所	
石川県	53	石川県金沢観光情報センター	長崎県		112	大津市観光案内所
福井県	54	福井県観光物産コーナー			113	大津市観光案内所
山梨県	55	富士河口湖総合観光案内所		熊本県	114	大津市観光案内所
	56	山梨県立富士ビクターセンター			115	大津市観光案内所
	57	富士吉田市観光案内所	116		大津市観光案内所	
長野県	58	松本市観光案内所	鹿児島県			
	59	長野市観光情報センター				

参考資料17 平成15年度下期(10-3月) 国際会議・インセンティブツアー誘致成功実績

名称(和文)	名称(英文)	開催年	参加者数	開催都市
国際会議				
2004年世界アスベスト東京会議 (GAC2004)	GAC 2004: Global Asbestos Congress 2004 in Tokyo	2004	300	東京
アジア弁理士協会 総会	Asian Patent Attorneys Association	2004	1,200	福岡
第8回日韓曳船協会交流会	The 8th JAPAN - KOREA TUG OWNERS' MEETING	2004	35	横浜
都市交通政策ワークショップ	Work shop for City Transportation	2004	40	大阪
国際沙漠技術会議	Desert Technology Conference	2005	350	那須
国際シートメタル協議会 कांग्रेस	Congress of International Council of Sheet Metal Presswork Associations	2005	400	東京・大阪
日韓触媒シンポジウム	Korea-Japan Symposium on Catalysis	2005	300	松江
国際ロボットシンポジウム	International Symposium on Industrial Robotics	2005	300	東京
和名なし	Electronic Materials and Packaging Conference	2005	300	未定
第18回 国際超電導シンポジウム	18th International Symposium on Superconductivity (ISS2005)	2005	630	つくば
品質国際会議	International Conference on Quality	2005	700	東京
熱水反作用国際シンポジウム(仮称)	International Symposium on Hydrothermal Reactions	2006	300	仙台
超臨界流体に関する 国際シンポジウム(仮称)	International Symposium on Supercritical Fluid	2006	400	京都
第23回 電気接点国際会議	International Conference on Electrical Contacts	2006	300	仙台
老人病精神薬理学会国際会議(仮称)	ICGP meeting (International College of Geriatric Psychopharmacology)	2006	800	広島
国際神経免疫学会議	International Congress on Neuroimmunology	2006	500	名古屋
IBA国際クマ会議	International Conference on Bear Research and Management	2006	400	軽井沢
日韓・韓日経済人会議	Japan-Korea & Korea-Japan Business Conference	2006	300	沖縄
国際先端医療技術学会	Society for Medical Innovation & Technology (SMIT)	2007	1,000	仙台
国際静脈学連合世界会議(仮)	World Congress of the International Union of Phlebology	2007	600	京都
国際海藻シンポジウム	International Seaweed Symposium	2007	400	神戸
国際胚移植学会年会	International Embryo Transfer Society Meeting (IETS)	2007	1,000	京都
アジア鋳物会議	Asian Foundry Congress	2008	800	名古屋
第11回世界内視鏡外科学会	11th World Congress of Endoscopic Surgery	2008	2,500	横浜
世界精神治療学会(仮称)	World Association for Psychosocial Rehabilitation (WAPR)	2009	1,000	未定
インセンティブツアー				
AIG生命保険(韓国)	AIG Insuranse Incentive Tour	2003	78	大阪
三星電子(株)ANYCALL代理店(韓国)	Samsung Electronics	2003	100	東京・横浜・箱根
SK Telecom(韓国)	SK Telecom Incentive Tour	2003	92	大阪・奈良
韓国アムウェイ「リーダーシップ・ セミナー」(韓国)	Amway Leadership Seminar	2004	8,000	宮崎
ウリ銀行(韓国)	——	2004	85	福岡・佐世保・熊本
Cotto社(タイ)	Cotto Incentive Tour	2004	160	大阪・東京・金沢等
韓国化粧品	Korea Cosmetics Incentive Tour	2004	45	福岡・佐世保
CMG ASIA(生命保険会社 Colonialの 関連会社)(香港)	CMG ASIA Incentive Tour	2004	230	大阪
Towa(香港)	Towa Incentive Tour	2006	212	札幌・東京・大阪

計 34件(内訳：国際会議等 25件、インセンティブツアー 9件)

参考資料18 寄附金募集・交付金交付制度について

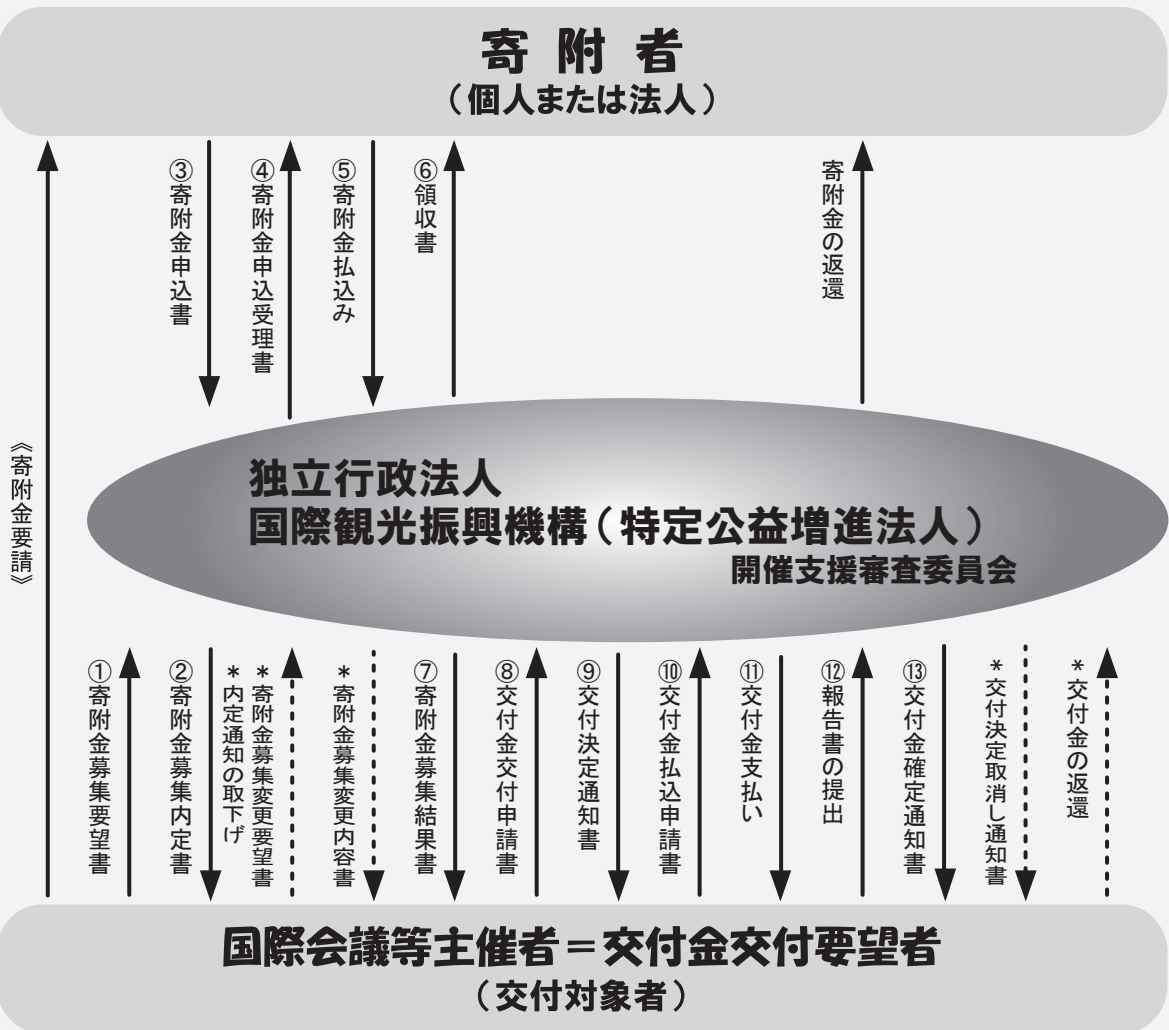
JNTOは特定公益増進法人に指定されており、日本で開催される国際会議が円滑に行われるように、一定の要件(参加する外国人が概ね50名以上、参加国数が概ね10カ国以上、全参加者が概ね200名以上、開催総経費が2,500万円以上等)を備えた国際会議等を対象に、開催審査委員会の審査を経て、課税優遇措置のある寄附金を募集し、「国際会議等開催支援に関する取扱規程」に基づき交付金を交付しています。この制度は様々な分野の国際会議に適用され、また、寄附金募集期間が2年半と長く、寄附者の皆様に寄附をお願いしやすく、寄附金管理事務の軽減が出来る事で、国際会議主催者の皆様に広く活用されています。



寄附金募集・交付金交付制度広報用印刷物

寄附金の流れ

「国際会議等開催支援に関する取扱規程のフローチャート」



今年度より通訳案内業試験の試験方式が変わります。

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

通訳案内業試験 新試験方式 (平成16年度から実施)

通訳案内業試験 新試験方式 (平成16年度から実施)		H16試験日 (予定)
第 一 次 試 験	I 外国語についての筆記試験 [記述式] 英語、フランス語、スペイン語、ドイツ語、中国語、イタリア語、ポルトガル語、ロシア語、朝鮮語のうちから受験者の選択する1ヶ国語	9/5(日) 午前
	II 日本語による筆記試験 [マークシート方式] ・日本地理 ・日本歴史 ・政治・経済・産業・文化に関する一般常識	9/5(日) 午後

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

合
格

第 二 次 試 験	口述試験 (ア) 第1次試験 I (外国語についての筆記試験) で 選択した外国語 [会話] (イ) 人物考査	英語 11/28(日) 英語以外 12/5(日)
-----------------------	---	---------------------------------------

合
格

合格証書交付

不
合
格



新免除制度 (平成17年度から実施)

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

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

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

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

※出願時に申請が必要です。

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



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



合格証書交付

★過去の試験合格者が他の外国語で試験を受験する場合

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

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

※出願時に申請が必要です。

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



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



合格証書の交付

マークシート方式の試験について

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

筆記用具、その他についてのご注意

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

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

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

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

(1) 等級

職員の等級は、別途定めるところによりI～V等級とする。

(2) 職階

国内組織(国内サービス部に設置するTICを含む。)における職務の階級(職階)は次のとおり。

<ライン職>

部長

次長

室長

TIC所長

マネージャー(M)

チーフ・アシスタント・マネージャー(CAM)

アシスタント・マネージャー(AM)

<スタッフ職>

シニア・スペシャリスト(SS)

スペシャリスト(S)

海外事務所・分室においては所長・分室長を置き、所員の階級(職階)については、管理部長の承認を得て所長・分室長が定める。

(3) 職階毎の責務と権限

<国内組織>

- ・部長は、部の所掌に係る業務を統括する。部長は、部に配属される次長、M、SS、CAM、S、AMの担務を定め、また、必要に応じ、随時担務を変更できる(ただし、担務を定め又は担務を変更する時は、管理部長と協議しなければならない。)。部長は、部に配属される全ての職員の人事評価を行う。
- ・次長は、定められた担務に関し、部長を補佐し、また、必要に応じ部長の指示又は付託(個別に又は包括して行われるもの。)により、部長の代理を行う。次長は、部に配属される職員のうち、部長がその次長の担務との関わりを考慮して、人事評価をさせることが適当とする者の人事評価を行う。
- ・室長は、室の業務を統括し、部長を補佐する。室長は、室に配属される職員の人事評価を行う。
- ・TIC所長は、TICの業務を統括するとともに、国内サービス部長を補佐する。TICの所員の担務は、国内サービス部長及び管理部長の承認を得て、TIC所長が定める。TIC所長は、TICに配属される全ての職員の人事評価を行う。
- ・Mは、CAM、S、AMで編成されるグループを率いて職務遂行の第一次的管理責任を担う。Mは、部長がそのMの担務との関わりを考慮して、人事評価をさせることが適当とする者の人事評価を行う。
- ・SSは、部長及び次長・室長の指揮命令の下で特定の担務をスタッフとして行う。また、SSは、部長又は次長・室長から指示又は付託(個別に又は包括して行われるもの。)される場合には、部長及び次長・室長に指名された複数人でのプロジェクトチームを率いて職務遂行の第一次的管理責任を担う。ただし、この場合にあっても、そのプロジェクトチームに属する職員の人事評価をSSが行うことはない。

参考資料20(つづき)

- ・CAMは、担務に応じて、AMを指導しつつ職務を遂行しMを補佐し、また、必要に応じMの指示又は付託（個別に又は包括して行われるもの。）により、Mの代理を行う。
- ・Sは、Mの指揮命令の下で特定の担務をスタッフとして行う。
- ・AMは、M及びCAMの指揮命令の下で職務を遂行しMを補佐する。

<海外事務所・分室>

- ・海外事務所長・分室長は、事務所・分室の業務を統括する。海外事務所・分室の所員の担務は、管理部長の承認を得て、海外事務所長・分室長が定める。海外事務所長・分室長は、事務所・分室に配属される全ての職員の人事評価を行う。

<Mの兼務>

- ・人事運用面で、グループを率いるMに任命することが適当な者が、必要人数に達しない場合には、次長・室長又はMに兼務させることが出来るものとする。

(4) 等級と職階の対応

部長	I等級
次長	II等級以上
室長	II等級以上
TIC所長	III等級以上
海外事務所長・分室長	III等級以上
マネジャー	III等級以上
シニア・スペシャリスト	III等級以上
チーフ・アシスタント・マネージャー	III等級以上
スペシャリスト	III等級以上
海外事務所員・分室員	IV等級以上
アシスタント・マネージャー	V等級以上

但し、人事運用面で上記の基準によることが難しい場合には、理事長が特例としての任命を行うことができることとする。

報道発表案件一覧

平成15年10月

- 1) 「2003年東アジア経済サミット」で日本の「観光立国」をアピール
- 2) 「第13回国際ミーティング・エキスポ(IME2003)」開催
～アジアからインセンティブ・ツアーのキーパーソンを招請～

平成15年11月

- 1) アジアのインセンティブ旅行キーパーソンが日本を視察

平成15年12月

- 1) 平成15年度通訳案内業(ガイド)試験の合格発表
- 2) 来春2月に第1回インバウンド旅行振興フォーラム・交流会を開催
～独立行政法人化を機に海外観光宣伝フォーラムの内容を刷新～
- 3) JNTO/KNTO観光宣伝協議会を開催
～日韓国交正常化40周年記念事業に向けての取り組みを確認～
- 4) 米国VJC事業はITの活用がカギ
～VJC US COMMITTEE開催される～
- 5) 世界最大級の観光トレードショー「ワールド・トラベル・マーケット2003」に出展参加
- 6) 米国ツアーオペレーター協会(USTOA)コンファレンス&マーケットプレイスへ参加
- 7) 平成15年度「i」案内所研修会を開催
～「i」案内所の訪日外国人旅行者受入体制を万全に～平成16年1月
- 8) アジアからのインセンティブ旅行キーパーソンを招請
～IME2003にて商談会実施～
- 9) 豪州のテレビで多彩な日本をPR
～人気番組が相次ぎ日本を紹介～

平成16年1月

- 1) 中国、香港、台湾におけるSARS対応状況について
- 2) 外国人旅行者の接遇向上セミナーを各運輸局と順次共催
～外国人のお客様におもてなしの心を～
- 3) 平成15年度国際観光テーマ地区等推進協議会「外客誘致・受入研修会」を開催
- 4) 米国発訪日スキーツアー視察旅行を実施
～2005年ツアーの誘致に拍車～
- 5) オール日本ロケ米映画「ロスト・イン・トランスレーション」プレストリップに協力
～参加ジャーナリストが東京を絶賛～

平成16年2月

- 1) クルーズ船誘致でインバウンド振興を図る
～クルーズ船関係者の招致に成功!!～
- 2) 米国映画「ロスト・イン・トランスレーション」をテーマとした訪日プロモーションを計画
- 3) ハーバード大生が取材した新しい訪日旅行ガイドブック
～“A Let's Go Travel Guide JAPAN”北米中心に発行～
- 4) 「上海世界旅遊資源博覧会」(WTF2004)においてブース出展等を実施
- 5) 鳥インフルエンザ、各国の冷静な対応により訪日旅行に影響なし(2月下旬)

平成16年3月

- 1) 外国人旅行者が日本各地へ
～平成16年度JNTO訪日外国人旅行者増加キャンペーンを実施～
- 2) JNTO、「i」サポートセンターを設置
～地方の外国人観光客向け「i」案内所の支援強化～
- 3) 岩手県観光協会と山口観光案内所を「i」案内所に指定
- 4) 国際会議の海外キーパーソン17名が日本を視察
～地方のコンベンション都市を高く評価～
- 5) 海外事務所採用の外国人スタッフを本部で登用
～市場のニーズに合わせた商品開発を～

参考資料22 コンベンション協賛金事業別メニュー制の概要

協賛金(負担金)の拠出について負担と受益の関係を明確にするため、当機構の国際コンベンション誘致事業を、下記の(A)「基礎情報活動事業」及び(B)「特別誘致活動事業(募集事業)」に区分し、国際会議観光都市等のコンベンション誘致推進機関に提供するそれぞれの活動について、次ページの表のとおり協賛金(負担額)を定めます。

- (A)「基礎情報活動事業」は、国際コンベンション誘致・開催等に関する基本的な支援事業で、情報収集活動成果(誘致情報等)の情報提供、広報宣伝等を行う事業です。
- (B)「特別誘致活動事業」は、海外における誘致事業を目的とした、海外での見本市への出展あるいはキーパーソン招請事業(Meet Japan)等です。

事業の選択方法と協賛金(負担額)

柔軟性のある募集事業を展開するために、受益内容を明確化した事業のメニューを明示致します。国際会議観光都市、コンベンション推進機関等の各ニーズに合わせ、以下の3つのプランからいずれかをお選びいただけます。

	選択内容	協賛金(負担金)
プラン1	(A)「基礎情報活動事業」	(a)基礎情報活動事業協賛金(負担額)
プラン2	(A)「基礎情報活動事業」と (B)「特別誘致活動事業」の中から個別に選択	(a)基礎情報活動事業協賛金(負担額)と (b)の選択した事業に係る負担額の合計
プラン3	(A)「基礎情報活動事業」と(B)「特別誘致活動事業」	セットサービス料金

※(A)「基礎情報活動事業」は、事業内容を1セットでご提供させていただきます。個別の選択はできません。

※全てのプランにおいて(A)「基礎情報活動事業」の選択は必須となります。プラン2及びプラン3にて、(B)のみをご選択いただくことはできません。

※政令都市A、都市B及び都市Cに係る協賛金(負担額)は、過去の誘致実績に基づいて算出したものです。

* 次年度以降の個別事業の内容及び協賛金(負担額)については、国内外の市場環境の変化、国際会議観光都市及びコンベンション推進機関のニーズに応じ、見直し・改善を図り、事前に提示させていただきます。

国際コンベンション誘致事業メニュー別協賛金(負担額)表

	事業名	事業内容	協賛金(負担額)		
			政令都市A	都市B	都市C
(A) 基礎情報活動事業	誘致対象会議に関する基礎調査・データ収集整備活動	①コンベンション市場調査			
		②基礎データ整備と開催情報の提供			
		③コンベンション統計の編纂			
		④国際会議及び見本市・行催事一覧表の提供			
		⑤コンベンションニュースの提供			
		⑥国際会議観光都市コンベンション施設と公的支援サービスの情報提供			
	会議開催地「日本」の知名度向上	①PRビデオ作成			
		②インターネットによる情報発信(HPでの広報宣伝等)			
	コンベンション誘致セールス活動	①誘致開催情報の作成・発行			
		②国内及び海外でのコンベンション等誘致セールス活動			
	国内誘致環境整備	①国際会議誘致マニュアルの提供			
		②国際会議マニュアルの提供			
		③寄附金募集・交付金交付制度			
		④寄附金募集・交付金交付制度実務研修会			
	都市・CBとの連携(Investors Relations)	①国際会議観光都市連絡協議会の開催			
(a) 基礎情報活動事業協賛金(負担額)			1,700	1,400	1,200
(B) 特別誘致活動事業	会議開催地「日本」の知名度向上	①海外コンベンション専門誌への広告掲載	320	270	220
		②海外マスメディア取材協力	360	300	240
	海外マーケティング活動	①欧州における見本市への出展とセミナー開催	2340	1950	1560
		②米国における見本市への出展とセミナー開催	2110	1760	1410
		③IT&CMAへの出展参加と商談会	1020	850	680
		④AIMEへの出展参加と商談会	480	400	320
		⑤海外セミナー開催—海外インセンティブ・フォーラムの開催(ソウル)	560	470	380
		⑥海外セミナー開催—海外インセンティブ・フォーラムの開催(シンガポール)	480	400	320
	国内誘致環境整備	①人材育成(初任者研修会)	50	40	30
		②人材育成(幹部研修会)	60	50	40
		③コンベンション ワークショップ 講師派遣	360	300	240
	コンベンション誘致セールス活動	①国際会議キーパーソン招請 (Meet Japan)	650	540	430
		②特定会議海外誘致支援	600	500	400
		③特定会議国内誘致支援	180	150	120
	インセンティブ誘致活動	①インセンティブキーパーソン招請(インセンティブ・ファミトリップ)	480	400	320
(b) 選択した特別誘致活動事業に係る協賛金(負担額)合計					
都市別協賛金(負担額)合計 = (a) + (b)					
(A)基礎情報活動事業+(B)特別誘致活動事業の全てにご参加の場合	セットサービス料金	5,000	3,000	3,000	
	(A)+(B)を個別に全て選択した場合の合計額に対する割引率	57%	70%	62%	

参考資料23 平成15年度賛助金、会費及びコンベンション協賛金収入の状況

賛助金・会費収入

平成14年度	平成15年度		
184,884千円	172,742千円	上期 61,139千円 下期 111,603千円	賛助団体 125 会員 33

コンベンション協賛金収入

平成14年度	平成15年度		
157,300千円	141,700千円	上期 65,550千円 下期 76,150千円	都市 41 その他の団体 2

参考資料24 平成15年度 賛助団体・会員リスト

●賛助団体(計125)

団体名	団体名	団体名
(1)メイン サポーター [8]	(3)市町村 [34]	(5)大手民鉄および 営団 [17]
JR東日本	札幌市	東武鉄道
JR北海道	千歳市	西武鉄道
JR東海	千歳観光連盟	京成電鉄
JR西日本	函館市	京王電鉄
JR四国	稚内市	小田急電鉄
JR九州	山形市	東京急行電鉄
日本航空	つくば市	京浜急行電鉄
ジェイティービー	日光市	相模鉄道
(2)都道府県 [47]	成田市	帝都高速度交通営団
北海道	横浜市	名古屋鉄道
青森県	横浜観光コンベンションビューロー	近畿日本鉄道
岩手県	新潟市	南海電気鉄道
宮城県	富山市	京阪電気鉄道
秋田県	金沢市	阪急電鉄
山形県	松本市	阪神電気鉄道
福島県	熱海市	西日本鉄道
茨城県	名古屋市	富士急行
栃木県	彦根市	
群馬県	京都市	(6)空港施設 [4]
埼玉県	大阪市	日本空港ビルデング(羽田)
千葉県	神戸市	名古屋空港ビルディング
東京都	宝塚市	関西国際空港
神奈川県	姫路市	東京空港交通
新潟県	奈良市	
富山県	岡山市	
石川県	倉敷市	
福井県	広島市	(7)航空会社 [1]
山梨県	高松市	全日本空輸
長野県	松山市	
岐阜県	長崎市	
静岡県	別府市	
愛知県	宮崎市	
三重県	指宿市	
滋賀県	七飯町	
京都府		
大阪府		
兵庫県		
奈良県	(4)観光業界団体及び 事業共同グループ [14]	
和歌山県		
鳥取県	鉄道弘済会	
島根県	日本ホテル協会	
岡山県	国際観光旅館連盟	
広島県	全日本シティホテル連盟	
山口県	日本観光旅館連盟	
徳島県	日本旅行業協会	新規賛助団体
香川県	全国旅行業協会	日本ユースホステル協会
愛媛県	国際観光日本レストラン協会	
高知県	日本バス協会	
福岡県	ジャパニーズ・イン・グループ	
佐賀県	PTグループ	
長崎県	ジャパン・エコミー・ホテル・グループ	
熊本県	全日本海員組合	
大分県		
宮崎県		
鹿児島県		
沖縄県		

●会員(計33)

団体名
日本旅行
はとバス
近畿日本ツーリスト
阪急交通社
東急観光
西武トラベル
農協観光
東日観光
ジャルトラベル
帝国ホテル・グループ
ホテルニューオータニ・グループ
ホテルオークラ東京・グループ
パレスホテル・グループ
日本ホテル教育センター
ハウステンボス
オリエンタルランド
マイトリップネット
ユニバーサル・スタジオ・ジャパン
森ビル [六本木ヒルズ]
ボーダフォン
日本通運
日本クーリエサービス
日本テレコム
インボイス
みずほ銀行
ジェイアイシー
高速道路調査会
東京商工会議所
全国語学ビジネス観光教育協会
みずほ信託銀行
富士屋ホテル

●新規会員

団体名
リーダーズダイジェスト
クーコム

参考資料25 運営費交付金の算定ルール

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

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

①人件費 (S) = 役職員給与 + 法定福利費

・ 15年度は、積み上げ方式による。

・ 16年度 = 前年度人件費の平年度化 × 人件費調整係数 (給与改定率等) s

・ 17年度以降 = 前年度人件費 × 人件費調整係数 (給与改定率等) s

②その他一般管理費

・ 15年度は、積み上げ方式による。

・ 16年度 = 前年度一般管理費の平年度化 × 消費者物価指数 δ

・ 17年度以降 = 前年度一般管理費 × 消費者物価指数 δ

2. 業務経費 (B) = 一般管理費以外の経費

・ 15年度は、積み上げ方式による。

・ 16年度 = 前年度業務経費の平年度化 × 効率化係数 β × 政策係数 γ × 消費者物価指数 δ

・ 17年度以降 = 前年度業務経費 × 効率化係数 β × 政策係数 γ × 消費者物価指数 δ

3. 特殊要因 (X) = (毎年度の予算編成過程において決定)

・ 退職手当

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

・ 15年度は、積み上げ方式による。

・ 16年度 = 前年度自己収入の平年度化 × 収入政策係数 y_1

・ 17年度以降 = 前年度自己収入 × 収入政策係数 y_1

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

・ 15年度は、積み上げ方式による。

・ 16年度 = 前年度当該自己収入の平年度化 × 収入政策係数 y_2 - 前年度当該自己収入に係る支出

・ 17年度以降 = 前年度当該自己収入 × 収入政策係数 y_2 - 前年度当該自己収入に係る支出

注：本収益がマイナスの場合には0とする。

【注記】前提条件

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

・ 効率化係数 α : 毎年度の予算編成過程において決定

・ 効率化係数 β : 毎年度の予算編成過程において決定

・ 消費者物価指数 δ : 毎年度の予算編成過程において決定

・ 政策係数 γ : 毎年度の予算編成過程において決定

・ 自己収入政策係数 y_1 : 毎年度の予算編成過程において決定

・ " y_2 : 毎年度の予算編成過程において決定

- ・ 運営費交付金を充当する事業及び充当率は次のとおりである。

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

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

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