

平成 18 年度

業務実績報告書

平成 19 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	3
(2) 職員の意欲向上と能力啓発	7
(3) 業務運営の効率化の推進	9
(4) 人件費削減の取り組み	12
2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項	
(1) 官民パートナーシップで諸外国との競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動	
① 重点的な調査研究活動とその結果を活用した事業展開	13
② 外国人旅行者の来訪促進に係る方策	
ア 「日本」の認知度を向上させるための観光宣伝事業の実施	17
イ 訪日ツアーの開発・造成・販売に対する支援事業の実施	22
③ 外国人旅行者の受入体制の整備支援事業	33
④ 国際コンベンション等の誘致・支援事業	37
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 通訳案内士試験事務の代行	44
(2) 効率的・効果的な業務運営の促進	
① 業績評価の充実	46
② 人事考課の徹底	48
③ 外部人材の活用	50
④ 海外の在外公館、諸外国の政府、観光関連機関等との連携強化	51
⑤ ナレッジ・マネジメント(知識経営)の確立	55
(3) 事業成果の公表	56
(4) 附帯する業務	58
3. 予算、収支計画及び資金計画	60
4. 短期借入金の限度額	67
5. 重要な財産を譲渡し、又は担保にする計画	68
6. 剰余金の使途	69

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	70
(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。	71
(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。	72

【参考資料】

1. VJC 現地推進会の設置状況	74
2. 平成 18年度 VJC 中央事業の実績	75
3. シンガポール事務所の積極的な活動	77
4. JNTO の海外観光宣伝事務所体制	78
5. 訪日旅行満足度調査の概要	79
6. 訪日外国人旅行の経済波及効果調査の概要	82
7. 第 4 回インバウンド旅行振興フォーラム開催報告	84
8. 新たに開設したローカルサイトのトップページ	85
9. 平成 18 年度のフォトライブラリーの利用状況	86
10. ウェブサイトの言語別アクセス数推移	87
11. 平成 18 年度のメディア広報事業の代表的成果	90
12. メディア広報事業実績の内訳	91
13. 米国 CBS ニュース訪日観光紹介番組	92
14. 海外観光宣伝事務所発行のニュースレターの実例(ソウル事務所発行)	93
15. 米国での Japan Travel Specialist(JTS)の画面	94
16. 平成 18 年度のツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)の国籍別質問者数	95
17. 「i」案内所制度	96
18. 平成 18 年度「i」案内所の指定基準	97
19. 全国「i」案内所リスト	99
20. 平成 18 年度「i」サポートセンターのサービス内容	102
21. 平成 18 年度国際会議・インセンティブ旅行誘致成功実績	104
22. 平成 18 年度コンベンション誘致事業協賛都市	107
23. アドバイザリー・コミッティ、特別顧問会議のメンバー	108
24. 平成 18 年度報道発表案件一覧	109
25. 平成 18 年度 JNTO 職員講演・執筆実績	110
26. 運営費交付金の算定ルール	113
JNTO 関連の用語集	115

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(1) 組織運営

【中期目標】

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

【中期計画】

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

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

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

【年度計画】

海外にネットワーク（海外観光宣伝事務所）を有する NTO としての機構のノウハウ、利点等を最大限活用し、VJC 事業に積極的に参画・貢献する等により、政府の掲げる平成 18 年訪日外国人旅行者 750 万人を目指す。

具体的には、

- ・ 主要市場ごとに設置されている VJC の事業推進チームの一員として、VJC 事業の基本方針、具体的事業計画等の策定、個別事業の執行管理等に参画する。
- ・ 各市場の情報収集、分析等を行い、これを踏まえた効果的・効率的な訪日ツアー造成等に関する具体的な事業提案を行う。
- ・ 訪日ツアー造成支援、旅行博・イベント等への出展、VJC 現地推進会の開催等の VJC 事業を実施し、成果を挙げる。

また、JNTO 事業と VJC 事業の緊密な連携をより一層強化することにより、全体として両事業の効率的かつ効果的な実施を図る。

組織の運営上は、

- ・ JNTO の「ビジョン&ミッション」の実現を目指して、組織一丸となって業務に取り組む。
- ・ 事業パートナーに対する CSI(Client Satisfaction Index)調査、意思決定効率化、JNTO の次期中期計画の検討など、全社的な事業実施体制が必要となるプロジェクトについては、部を横断したクロスファンクショナルチームを設置し、積極的に活用する。
- ・ 海外観光宣伝事務所については、市場動向に対応した事務所配置の見直しを進め、シンガポール事務所の開設、海外観光宣伝事務所の担当地域の見直し等を行う。
- ・ 海外への派遣職員を増加させる等により、海外観光宣伝事務所の業務執行体制の強化を図る。
- ・ 海外観光宣伝事務所に関し、業績評価項目、数値目標等を設定しその結果を評価する海外事務所評価制度を的確に運用することにより、海外事務所の業績向上を図る。

① 年度計画における目標設定の考え方

独法移行後行ってきた職員の意識改革を定着させるため、目標の共有化及び PDCA サイクルに基づいた業務の見直しを進める。

海外観光宣伝事務所においては、市場及び VJC 事業計画に対応した体制を構築するため、事務所及び事務所要員の配置等を改善する。

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

(1) 観光立国の実現を目指すビジット・ジャパン・キャンペーン(VJC)に対する貢献

- ・ JNTO 本部職員が VJC の各事業推進チームのメンバーとして、市場ごとの事業方針・具体的事業計画の策定、個別事業の執行管理に参画した。
- ・ 10 月と 2 月に、海外観光宣伝事務所長による市場情報・分析等に基づき、JNTO、VJC 実施本部事務局、国土交通省の 3 者で各市場の分析及び平成 19 年度のマーケティング戦略についての検討を行った。
- ・ 検討結果をもとに、事業推進チームの場で積極的に提案を行った結果、平成 19 年度 VJC 事業として 89 件が採用された。
- ・ 平成 17 年度に引き続き、VJC 重点市場国・地域に設置されている VJC 現地推進会[※]に海外観光宣伝事務所長がメンバーとして参加した。また、今年度、新たに設立された 2 箇所の現地推進会の立上げに関し、事務局として関わった。

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

＜平成18年度に新規に設立されたVJC推進会一覧＞

開催日	開催地	JNTOからの参加者
2006年5月29日	上海(中国)	登理事、 平田上海事務所長
2006年6月15日	バンクーバー (カナダ)	登理事、平塚職員、 三瓶トロント事務所長

- ・ 訪日ツアー造成支援、旅行博・イベント等への出展、VJC 現地推進会の開催等の計 75 件の VJC 事業を実施した。
- ・ VJC 事業の招請事業における人選等では、長年培った人脈を活用し、海外で「政府観光局 (NTO)」として認知されている強みを発揮した。
- ・ 海外観光宣伝事務所が事業の実施において担当する主な具体的役割は次の通りである。

事業企画	最新市場情報の収集・分析・報告
招請事業	被招請者の人選、事務所職員の派遣・添乗、事業実施後のフォローアップ(視察・取材先に関する追加情報の提供)、日本側への事業結果の報告(ツアー集客人数、掲載記事等)
出展事業	主催者との各種調整等

【参考資料 1 VJC 現地推進会の設置状況】

【参考資料 2 平成 18 年度 VJC 中央事業の実績】

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

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

＜CFT を活用した主なプロジェクト＞

- ・ CSI(Client Satisfaction Index)ワーキング・グループ
JNTO の事業パートナー(賛助団体、会員等)を対象として第二回 CSI 調査を実施し、調査結果を基に事業改善のための提言を行った。さらに、今回は CSI に密接な影響を与える ESI(職員満足度)の調査もあわせて実施した。
- ・ 個人情報保護管理委員会/委員会ワーキング・グループ
個人情報の保護・管理及び、職員に対する研修を行った。
- ・ サイボウズ導入準備委員会
グループウェア「サイボウズ」正式導入に当たり、JNTO 内での活用方法、システムのあり方等を検討したほか、導入後の普及に努めた。
- ・ 次期中期計画策定ワーキング・グループ
平成 20 年度から始まる次期中計の策定に向けて、全職員から意見を募集した後に、管理部 長・次長を統括役として、若手・中堅中心のメンバーが議論を深めた。

- ・ 意思決定ワーキング・グループ

平成 17 年度に行った事業実施システムに関する提言に基づき、諸規程等の改正を継続した。
具体的には各部業務分掌(ユニット表)の見直し、JNTO 全体の事業予定の公開等を行った。

(3)シンガポール事務所が本格的な活動を開始

5 月 4 日に開所式を行い、シンガポール事務所が本格的に活動を開始した。同事務所の開設によりマレーシア、インド等、VJC 重点市場以外の新興市場において積極的な活動が可能となった。

また、日星国交樹立 40 周年を記念して実施された日星観光交流年の記念事業において、同事務所は現地での様々な調整業務を行い、交流年記念事業の円滑な実施に貢献した。

事務所開設後 1 年間の訪日シンガポール人旅行者数は対前年同期比 24.7%と大幅に増加した。

	訪日シンガポール人数(人)	伸率(%)
2004 年 5 月～2005 年 4 月	91,682	9.6
2005 年 5 月～2006 年 4 月	97,434	6.3
2006 年 5 月～2007 年 4 月	121,489	24.7

【参考資料 3 シンガポール事務所の積極的な活動】

(4)海外観光宣伝事務所の業務執行体制強化

- ・ 海外実習生制度に基づく、北京、上海の海外実習生 2 名の研修期間終了に伴い、両職員の身分を派遣職員に変更し、勤務を継続させた。
- ・ 民間で豊富な経験を有する者を嘱託員として採用し、4 月にシンガポール、5 月にバンコクへ、各 1 名派遣した。これにより、両事務所ともに派遣職員は 3 名となった。
- ・ 平成 17 年度末のサンフランシスコ事務所閉所に伴い、ロサンゼルス事務所が管轄地域を引き継いだ。管轄地域拡大に対応するため、同事務所への本部派遣職員を 1 名増員した。同事務所はサンフランシスコとその周辺地域において、随時、旅行会社へのセールスコール、セミナー等を実施している。

【参考資料 4 JNTO の海外観光宣伝事務所体制】

(5)海外観光宣伝事務所評価制度の的確な運用

従来、年度終了時に行っていた海外観光宣伝事務所評価を年度中間時にも行った。具体的には上半期の成果を確認した後、下半期に向けての意見交換を本部と海外観光宣伝事務所との間で行った。意見交換により、お互いの状況に対する認識が深まっただけでなく、今後の業務実施の改善に役立つ情報が得られた。

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(2) 職員の意欲向上と能力啓発

【中期目標】

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

【中期計画】

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

【年度計画】

- ・ 職員の能力及び実績を適正に評価し、処遇に反映させるとともに、職員の適性を考慮した人事異動を行う等により、組織力強化と職員の意欲の向上を図る。
- ・ 海外観光宣伝事務所の海外採用職員については、各海外観光宣伝事務所の人事評価により能力及び実績を適正に評価し、成績優秀者には特別手当(一時金)の支給や業務の高度化に対応した昇格等により処遇に反映させ、意欲向上を図る。
- ・ 人材育成・組織力強化を目的とした海外マネジメント等の研修、新規 JNTO メンバー(新規採用者、外部からの出向者等)に対するオリエンテーションを充実するとともに、人材育成の視点を十分に考慮した人事ローテーションに努める。
- ・ 到達目標を設定した上で、外国語、簿記等の自己研修を行う職員に奨学金を支給する制度(平成 17 年度に設定)を活用し、職員の専門能力向上を図る。

① 年度計画における目標設定の考え方

人事評価制度の運用により職員の意欲向上と能力開発に努める。また、海外観光宣伝事務所の現地採用職員については、人事考課を踏まえた処遇改善を平成 17 年度に引き続き実施し、業務への取り組み意欲向上を図る。

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

(1) 人事制度に基づき、職員の能力及び実績を適正に評価し、処遇に反映させた。

- ・ 全職員を対象に、17 年度の業績、勤務状況等に関する人事評価を実施し、処遇に反映させた。

- ・ 号俸間差が大きかった従来の俸給表の間差を4分割した新たな俸給表の制定を含む給与規程の改正を行い(平成18年3月に規程を改正、4月に施行)、人事評価結果に基づく昇給・降給等をきめ細かに実施した(7月)。
 - ・ 平成17年度の人事評価ランクや号俸等の昇格するために最低限必要な基準を定め、7月以降の昇格を実施した。
- (2) 海外観光宣伝事務所の現地採用職員を対象に、各職員の能力及び実績を適正に評価し、成績優秀者に特別手当を支給する等処遇に反映させた。また、平成19年度から給与の物価調整を行うことを決定した。
- (3) 中途採用者、出向者、管理職等を対象とした多彩な研修の実施及び奨学金制度の活用等により人材育成・組織力強化を図った。

<18年度研修実績>

研修内容	対象	時期
JNTO 業務オリエンテーション	中途採用者・出向職員	4月
ビジネス・コーチング研修	管理職	7月
ストレス・コントロールセミナー	一部職員	6月
メンタルヘルス・コーチングセミナー	管理職	6月
リサーチ研修	調査統計業務担当職員 及び希望者	3月
総務省実施の統計関係及び 情報システム関係の研修	希望者及び各部推薦者	通年

<18年度奨学金給付実績>

外国語	7名(内訳ドイツ語上級レベル3名、フランス語初級レベル2名、 英語上級レベル1名、韓国語初級レベル1名)
資格取得	簿記2級1名、3級2名 第二種衛生管理者2名

- (4) ビジネス・コーチング等の研修を通じて得られたスキルや知識を活用してOJT等の指導、研修を通じ人材育成を図るとともに、身上報告書や面談等により把握した職員の能力・技能・経験を生かした適材適所の人材配置を進めた。

- (5) 平成15年10月の独法化以後、能力開発、広報活動、業務改善等において顕著な成果を挙げた職員12名を年度末に表彰した。

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(3) 業務運営の効率化の推進

【中期目標】

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

数値目標

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

数値目標

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

【中期計画】

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

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

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

数値目標

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

数値目標

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

【年度計画】

- ・ 事業実施等の意思決定の迅速化・効率化を推進するために、17 年度に設置した意思決定 WG の結論を実行に移し、本部・海外事務所間も含めて必要情報・書類の標準化、手続き簡素化等を行う。
- ・ 業務の効率化、情報の共有化を進めるツールとして、グループウェアの導入を検討する。
- ・ 一般管理費について、シンガポール事務所の開設に要する支出等があるが人件費の削減、本部借家料や通信費等の見直しに取り組むこと等により、中期計画に沿った経費の削減に努める。
- ・ 運営費交付金対象業務経費について、業務の効率化、重点化を推進し、中期計画に沿った経費の削減に努める。

① 年度計画における目標設定の考え方

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

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

(1) 意思決定の迅速化・効率化に向けた取り組み

- ・ 業務の変化に対応して、各部業務分掌の見直しや出張関係の手続き等関係規程の改正を行った。従来、全てを理事長決裁としていた制度を改め、旅行命令権を理事又は部長に委譲する等、決裁権限の委譲や手続きの簡素化を図った。

(2) グループウェアの導入

- ・ グループウェア「サイボウズ」を平成 18 年 5 月に本部に導入し、続いて 8 月に海外観光宣伝事務所に導入した。サイボウズ導入により、海外観光宣伝事務所が作成したニュースレター、職員が講演用に作成したプレゼン資料等、幅広い文書の共有が可能となり、海外を含む JNTO 全体での情報共有が進展した。

(3) 一般管理費の削減

- ・ 一般管理費の削減目標達成のため、平成 17 年度に続き以下のような人件費抑制を図った。
- ・ 約 3 割の職員については給与の据え置き又は減額を実施した。
- ・ 昇給者の昇給幅を 2 区分(1 号俸及び 2 号俸)から 3 区分(2 号俸、4 号俸、8 号俸)に細分化することで、昇給による職員給与の増加を 1% 以下に抑えた。
- ・ 役員報酬については平成 17 年度を上回る削減を行った(17 年度本俸 2.85%減、18 年度本俸平均 3.12%減)。
- ・ これにより平成 18 年度のラスパイレズ指数(国家公務員と比較した給与水準)は 105.3(平成 17 年度は 109.2)、東京都特別区在勤の国家公務員との比較では 93.8(平成 17 年度は 97.3)

となり、双方とも前年度より減少した。

- ・ 機構は職員の約 9 割が大卒・大学院卒である上、地方組織が無い。今後も東京都特別区在勤の国家公務員との比較で 100 を上回らないよう、引き続き適切な措置を講じていく。
- ・ 物件費については、通信費や運搬費等調達の見直しを行い、経費の節減に努めた。また、本部事務所において家主との交渉により、借家料等の引き下げを行い、経費の削減を図った。
- ・ これらにより、一般管理費は計画額を 32 百万円の削減となった。
- ・ また、14 年度に対しても約 2 億 14 百万円(▲11.3%)の節減となった。

(4) 運営費交付金対象業務経費の削減

- ・ 一般競争入札の活用により、業務経費の削減に努めた。また、パリ事務所、トロント事務所の移転を行い事務所賃料の削減を図った。しかしながら、シンガポール事務所の開設等の経費増により運営費交付金対象業務経費は、18 年度計画額を約 10 百万円上回った。
- ・ なお、14 年度に対しては、66 百万円(▲7.0%)の節減となった。

◎ 数値目標の達成状況：一般管理費、運営費交付金対象業務経費の削減

(単位：千円)

区分	18 年度計画額 (A)	18 年度実績額 (B)	削減額 (B-A)	14 年度	対 14 年度削減率
一般管理費	1,704,176	1,672,447	▲31,729	1,886,397	▲11.3%
運営費交付金 対象業務経費	872,368	882,658	10,290	949,101	▲7.0%

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

(4) 人件費削減の取り組み

【中期目標】

人件費(退職手当等を除く。)については、「行政改革の重要方針」(平成17年12月24日閣議決定)を踏まえ、平成18年度から平成22年度までの5年間において、国家公務員に準じた人件費削減の取組を行うこととする。

国家公務員の給与構造改革を踏まえた給与体系の見直しを進める。

【中期計画】

(4) 人件費削減の取組み

「行政改革の重要方針」(平成17年12月24日閣議決定)を踏まえ、平成18年度から平成22年度までの5年間において、人件費(退職手当等を除く。)について5%以上の削減を行うこととし、うち、現中期目標期間においては、概ね2%以上の人件費を削減することとする。

これまで適正かつ厳格な人事考課を実施し、これを給与に反映させているが、更に、きめ細かく勤務実績を給与へ反映できるようにするため、俸給表の見直しを行う等国家公務員の給与構造改革を踏まえた給与体系の見直しを進める。

【年度計画】

中期計画に沿った人件費の削減に取り組む。これまで適正かつ厳格な人事考課を実施し、これを給与に反映させているが、更に、きめ細かく勤務実績を給与へ反映できるようにするため、俸給表の見直しを行う等国家公務員の給与構造改革を踏まえた給与体系の見直しを進める。

① 年度計画における目標設定の考え方

行政改革の重要方針に掲げられた人件費削減を着実に推進するための目標に掲げたものである。

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

※P.11(3)一般管理費の削減を再掲。

- ・ 約3割の職員については給与の据え置き又は減額を実施した。
- ・ 昇給者の昇給幅を2区分(1号俸及び2号俸)から3区分(2号俸、4号俸、8号俸)に細分化することで、昇給による職員給与の増加を1%以下に抑えた。
- ・ 役員報酬については平成17年度を上回る削減を行った(17年度本俸2.85%減、18年度本俸平均3.12%減)。
- ・ 上記の措置等により、人件費は対平成17年度比で2.2%減となった。

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

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

>① 重点的な調査研究活動とその結果を活用した事業展開

【中期目標】

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

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

【中期計画】

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

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

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

数値目標

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

【年度計画】

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

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

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

17年度に行った「訪日外国人消費動向調査」の分析結果を、他の調査・研究に活用するとともに、従来から行っている訪日外国人旅行者の訪問地調査に併せて満足度を把握するための調査を実施・分析し、その成果を訪日外客誘致施策の立案等に活用する。

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18年度は平成14年度実績に比べ20%程度増加させるとともに、アンケート調査を実施する等により質の向上を図り、顧客満足度の向上に努める。

① 年度計画における目標値設定の考え方

平成17年度の目標達成状況(平成14年度実績に比べ新規情報掲載量18.2%増)を踏まえ、中期目標期間中の数値目標(同20%増)の平成18年度中の前倒しでの達成を目指し、20%とした。

② 実績値と取り組み状況

(1) 市場調査の実施及び日常活動での市場情報の収集・分析

- ・ 従来から行ってきた訪日外国人旅行者の訪問地調査に加え、平成16年度に続き、訪日旅行の満足度を把握するための調査を実施した。
- ・ 訪問地調査では、訪日外国人旅行者の訪問地、滞在期間、宿泊地等を調査している。平成18年度は、特にカナダ、シンガポール等、新たにVJC重点市場に指定された国々からの旅行者に関するデータを充実させた。

- ・ 満足度調査では、訪日前後の日本のイメージの変化、訪問地に対する満足度、再訪日希望の有無等を調査した。
- ・ 平成 17 年度に行った「JNTO 訪日外客消費動向調査」の分析結果等をもとに、訪日外国人旅行者が我が国にもたらす経済波及効果を計測する「JNTO 訪日外国人旅行の経済波及効果調査報告書」を作成した。報告書は政府の「観光白書」に引用された。

【参考資料 5 訪日旅行満足度調査の概要】

【参考資料 6 訪日外国人旅行の経済波及効果調査の概要】

- ・ 海外観光宣伝事務所が収集、分析した最新市場動向を「JNTO ニュースフラッシュ」(平成 18 年度 52 回発行。情報 242 件を発信)を通じて、賛助団体・会員等へ提供した。また、海外観光宣伝事務所の担当者が最新の旅行市場動向を報告する記事を主要業界紙誌に寄稿した。

◎ 数値目標の達成状況：調査統計関係刊行物

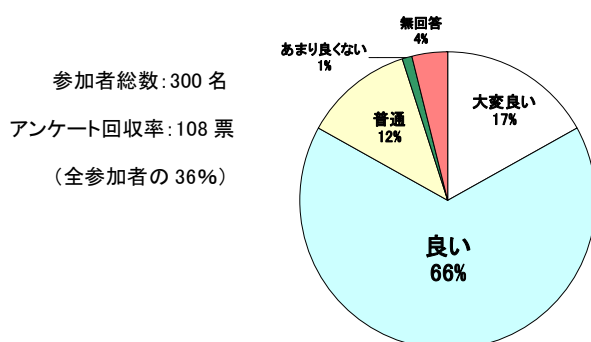
刊行物	発行時期	18 年度目標	18 年度実績	
JNTO 日本の国際観光統計 2005	H18.7	20.0% 程度増	77.8%増	22.5%増
JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック 2006/2007 リスト編)	H18.12		14.7%増	
JNTO 国際観光白書 2007	H19.6		23.0%増	

- ・ 「日本の国際観光統計 2005」
平成 17 年度から新たに VJC 重点地域に指定されたタイ、シンガポール、オーストラリア、カナダを含めた VJC 重点 12 市場の統計データを充実させた。
- ・ 「JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック 2006/2007(リスト編)」
平成 18 年度は、市場別に主要旅行会社、マスコミの情報を掲載したリスト編のみを改訂した。見やすさ・読みやすさの向上の観点からレイアウト・デザインの一層の改善、付表の充実を図った。特に各市場において人気の高い日本の旅行地、観光施設に関する記述を大幅に充実させた。※「JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック」は主要旅行会社、ガイドブック等の情報を掲載した「リスト編」と誘致宣伝の手法について解説した「総合編」の 2 冊に分かれている。
- ・ 「JNTO 国際観光白書 2007」
「JNTO 訪日外国人旅行の経済波及効果調査報告書」から、平成 17 年及び平成 22 年のビジット・ジャパン・キャンペーンの数値目標(2010 年訪日外国人旅行者 1,000 万人)達成時に訪日外国人旅行が我が国にもたらす経済波及効果についての情報を掲載した。また、ロシア、インド、マレーシアの有望新興 3 市場と我が国との国際観光交流の状況について、内容の更なる充実を図った。

③その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

- ・ 賛助団体・会員等の事業パートナーを対象とした「第4回インバウンド旅行振興フォーラム」を、平成19年2月に開催した。「市場説明会」では各海外観光宣伝事務所長が訪日旅行市場の最新情報について講演を行い、「個別相談会」では所長とプロモーション事業担当者が、面談形式で参加者からの個別相談に応じた。同時に、国際観光統計の説明会も開催し、最新の外国人旅行者動向を解説した。
- ・ 参加者へのアンケートを毎回実施し、内容の改善に努めた結果、「第4回インバウンド旅行振興フォーラム」に対する参加者の評価は、「大変良い」と「よい」の合計が全回答者の83%に達した。この評価は前回評価から8ポイント向上している。

<第4回インバウンド旅行振興フォーラム参加者アンケート調査結果>



- ・ 平成17年度のインバウンド旅行振興フォーラムにおいて「個別相談会」の相談枠増加の要望が多数あったことを受け、「個別相談会」を独立した形で10月にも開催した。各海外観光宣伝事務所長が面談形式で賛助団体・会員からの相談に応じた。

【参考資料7 「第4回インバウンド旅行振興フォーラム」開催報告】

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

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

>② 外国人旅行者の来訪促進に係る方策<

ア 「日本」の認知度を向上させるための観光宣伝事業の実施

【中期目標】

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

【中期計画】

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

数値目標

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

【年度計画】

- ・ 「ビジット・ジャパン・キャンペーン」と連携し、旅行目的地としての「日本」の認知度を向上させ、日本の差別化を図り、訪日旅行意欲の醸成を図るため、メディアへの広報宣伝活動等を通じた訪日旅行に関する記事掲載・番組放映等を図るための取り組みを引き続き強化していくが、限られた財源を有効活用するためにも、事業の採択・実施・評価を的確に行っていく。

- ・ ウェブサイトへのアクセス分析や海外市場における情報分析を参考に、訪日旅行者のニーズに応じた情報コンテンツの拡充を進めるとともに、VJC サイトとの統合や地方自治体サイトとの有機的連携を図り、JNTO ウェブサイトの日本観光ポータルサイト化をさらに推進する。
- ・ 海外観光宣伝事務所専用のウェブサイト、ウェブページの整備をすすめ、各市場に向けた情報発信を強化する。
- ・ 日本の観光魅力を海外に PR するためのフォトライブラリーの拡充を行い、各種情報ニーズへの対応を図る。

数値目標

- ・ JNTO ウェブサイトの PR 促進やコンテンツ及び操作性の改善を通じて、アクセス件数を、平成 18 年度は平成 14 年度実績に比べ 57%程度増加させる。
- ・ 有力メディアとの連携を強化して、メディア向け広報活動(海外観光宣伝事務所等によるニュースリリースの発行、情報提供、ジャーナリスト招請及び取材協力等)の成果を、平成 18 年度は 65.5 億円とする(VJC 事業も含む)。

① 年度計画における目標値設定の考え方

- ・ ウェブサイトへのアクセス件数を、中期計画期間中に平成 14 年度実績より 40%程度増加させるという目標は、平成 17 年度に前倒しで達成見込みであったため、過去 3 年間の平均増加率(約 11.9%/年)を平成 18 年度にも適用し、平成 14 年度比 57%増を目標値として設定した。
- ・ メディア広報の数値目標は、平成 15 年度から平成 17 年度までの 3 年間実績(VJC 事業関連含む)の平均値を目標値とした。なお、事業成果は、広告費に換算した場合の金額で計測されている。

② 実績値と取り組み状況

(1) ウェブサイト情報コンテンツの拡充

- ・ 旅行目的地として紹介する観光地の追加(11 エリア)、全国の郷土料理・酒・果物など食に関する情報の拡充(41 項目)、禅や祭りなど伝統文化の紹介(4 テーマ)、寺社仏閣・美術館・伝統工芸などに関する施設情報の新設(420 施設)など、日本文化や観光資源に関する情報コンテンツの拡充を行った。

新たに追加した地域観光情報:

利尻島・礼文島、鳥取市、つくば研究学園都市、ハウステンボス・佐世保、黒川温泉・九重、葛西臨海公園、後樂園、両国、箱根宮ノ下・強羅、修学院離宮・洛北、慶良間諸島

- ・ 日帰り～1週間程度の旅程で東京および大阪を起点に主要観光地を巡るモデルコースの追加(8 コース)、訪日旅行は費用がかかるとのイメージを払拭するための低廉旅行に関する特集(4

テーマ)、TICで旅行者からの問い合わせが多い情報のFAQ化(16項目)、桜開花情報(開花画像情報をほぼ毎日更新)など、旅行者のニーズに応じた実用情報を整備した。

(2)VJC及び地方自治体サイトとの有機的連携

- ・ 米国向けウェブサイトを拡充し、米国市場向け広報活動を強化した。
- ・ VJCによる韓国、香港、豪州、カナダ市場向け訪日キャンペーンのウェブ広報を、海外観光宣伝事務所のローカルサイトを通じて実施した。
- ・ Yokoso! Japan Weeksの広報を、JNTO本部サイト上で英語、中国語(繁体字、簡体字)、韓国語の4言語で実施した。
- ・ 従来、都道府県が運営するウェブサイトを中心に行っていた地方自治体とのリンク設置を市町村、観光協会等が運営するウェブサイトへ拡大した。これにより、より広範囲かつ詳細な観光情報の提供が可能となった。

(3)海外観光宣伝事務所ローカルサイトの新規開設

パリ、フランクフルト、バンコクの各海外観光宣伝事務所が、現地にて直接情報管理を行うことが可能なローカルサイトを新規に開設した。これにより各市場の嗜好に合致したデザイン、情報ニーズに対応したメニュー構成にて、迅速かつきめ細かな情報提供が可能となった。さらに、従来、英語で行っていたタイ市場向けに、新たにタイ語での情報提供を開始した。この結果、観光情報の提供言語は7言語(英語、韓国語、中国語繁体字、中国語簡体字、仏語、独語、泰語)となった。

【参考資料8 新たに開設したローカルサイトのトップページ】

(4)フォトライブラリーの拡充

- ・ フォトライブラリーの登載画像の充実に努めた結果、地方自治体、観光関連企業等からの協力により、画像数は運用開始時点の400枚から約2,000枚へ増加した(平成19年3月末時点)。フォトライブラリーでは海外の旅行会社、マスコミ、一般外国人が時間と場所を問わず、日本各地の観光地の画像をダウンロード出来る。

利用形態	利用件数
壁紙ダウンロード数	72,478件(175カ国・地域)
印刷用登録者数	1,770件
印刷用ダウンロード数	25,390件(70カ国・地域)

※海外からの利用件数のみを記載

【参考資料9 平成18年度のフォトライブラリーの利用状況】

- ・ 上述の取り組みの結果、平成 18 年度の JNTO ウェブサイトのアクセス数(ページビュー数:以降 pv)は平成 14 年度実績(約 1,958 万 pv)から約 127%増の約 4,440 万 pv となり、平成 18 年度計画の数値目標である対平成 14 年度実績 57%増を大幅に上回った。

◎ 数値目標の達成状況:ウェブサイトアクセス数(ページビュー数: pv数)

中期計画目標値 (増加率:pv数)	14年度実績 (pv)	17年度実績 (pv)	18年度実績 (pv)	14年度に対する 増加率
40%増 (2,741万)	1,958万	2,930万	4,440万	127%増

【参考資料10 ウェブサイトの言語別アクセス数推移】

(5)メディア向け広報活動

旅行目的地としての「日本」の認知度を向上させ、訪日旅行意欲を醸成するため、次の事業を実施した。

事業の内容	実施件数	記事掲載・番組放映件数※
海外有力メディア関係者の招請・取材協力	195 件	381 件
海外観光宣伝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	203 件 ※ニュースレター 発行件数のみ	1,222 件
VJC 事業での招請・取材協力	55 件	192 件
広告費換算額合計		235.2 億円

※ 記事掲載・番組放映件数は平成 18 年度中に掲載・放映を確認した件数である。

- ・ 平成 18 年度メディア広報事業の広告費換算額が大幅に増加した要因として、「BBC3 Japanorama」(英国で放送された日本のポップカルチャーを紹介する TV 番組)、「CBS News」(全米で放送されている TV ニュース番組)、「JAPAN TV」(韓国全土で放送の日本専門 TV チャンネル)、「ITV」(英国で放送されている TV 番組)等の大型案件があげられる。
- ・ これらの大型案件は、各海外観光宣伝事務所における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への訪日取材の働きかけ等のセールス活動が奏功した結果、各種媒体にて日本の観光魅力が取り上げられたものである。

◎数値目標の達成状況:メディア広報事業

(訪日旅行に関する記事掲載、番組放映などの成果を、広告費に換算した金額)

年度	平成14年度実績	平成18年度目標	平成18年度実績
広告費換算額	28.2億円	65.5億円	235.2億円
基準年比	100	332	834

＜平成18年度実績の内訳＞

平成18年度実績	235.2億円
JNTO本部事業(メディア広報予算)	69.3億円
JNTO本部事業(海外プロモーション予算)	2.9億円
JNTO海外観光宣伝事務所独自事業	150.7億円
VJC 事業	12.3 億円

※海外観光宣伝事務所独自事業とはニュースレターの発行、情報提供、各種アレンジ等を意味する。

【参考資料11 平成18年度のメディア広報事業の代表的成果】

【参考資料12 メディア広報事業実績の内訳】

【参考資料13 米国 CBS ニュース訪日観光紹介番組】

- ・ 海外宣伝事務所が、市場のニーズに合わせてニュースレターを作成し、有力メディアや旅行会社等へ随時又は定期的に発信し、訪日旅行の最新情報の提供を行った。

＜海外観光宣伝事務所発のメディア向けニュースレター実績＞

	ソウル	北京	上海	香港	ハノク	シンガ ポ ー ル	シド ニ ー	ロント ン	パリ	フランク フルト	ニュー ヨーク	ロサン ゼルス	トロ ント	合計
回数	37	24	23	22	12	9	24	11	8	9	14	6	4	203

【参考資料14 海外観光宣伝事務所発行のニュースレターの実例(ソウル事務所発行)】

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

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

>② 外国人旅行者の来訪促進に係る方策<

イ 訪日ツアーの開発・造成・販売に対する支援事業の実施

【中期目標】

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

【中期計画】

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

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

a 訪日ツアーの開発・造成の間接支援

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

b 訪日ツアー開発・造成の直接支援

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

数値目標

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

c 訪日ツアー販売支援

インターネット、共同広告等により、訪日旅行商品の魅力を消費者にアピールするほか、市場の状

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

【年度計画】

- ・ インバウンド・ツーリズム振興の公的な専門機関としての NTO(政府観光局)ブランドとネットワーク(海外観光宣伝事務所)を有効かつ最大限に活用し、世界の主要な市場国・地域の訪日ツアーの企画開発・造成・販売促進を推進する。
- ・ 世界の各主要国・地域における市場(訪日ツアー)ニーズに対応したツアー商品の企画開発・ツアー商品造成・販売促進を国内外の有力な事業パートナーと協力して事業展開する。

a 訪日ツアーの開発・造成の間接支援

訪日ツアーを企画開発する旅行会社に対し企画提案や有用な情報の提供等により、ツアー開発・造成を促進、ある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

旅行会社に対し訪日ツアーの企画提案、情報提供を行うにとどまらず、訪日視察旅行、商談のアレンジ等、旅行会社の要請に応じて費用の一部負担等の支援を行うことにより、機構が主体的に新たな訪日ツアーの開発・造成を働きかける。

c 訪日ツアー販売支援

- ・ リテラーまたは訪日ツアー販売担当者に対しての現地セミナーや訪日研修旅行等の販売支援事業を拡充する。
- ・ インターネットWEBへの広告、雑誌・新聞への共同広告等の販売支援事業を拡充する。
- ・ 米国において認定・登録されている「Japan Travel Specialist」(現在、1300名登録)組織の活性化と拡大を図る。また、他のVJC重点市場へのJTS組織導入を検討する。
- ・ 販売要員育成を目的とする教育事業として一部のVJC重点市場で「E Learning」導入を図る。

数値目標

海外旅行会社に対する訪日視察旅行、商談等のアレンジ等の直接支援により、開発・造成された訪日ツアーについて、 destinations の多様化に努めるとともに、平成 18 年度は、平成 17 年度実績(VJC 事業、その他受託事業も含む)と比較して、集客数を 11.4%増加させる。

① 年度計画における目標値設定の考え方

訪日ツアーの開発・造成・販売に関する平成 18 年度数値目標の設定にあたっては、ビジット・ジャパン・キャンペーンの目標である平成 18 年の訪日外客数増加目標の 11.4%増に合わせ、平成 17 年度実績 11.4%増の 203,620 名とした。

② 実績値と取り組み状況

(1) 訪日ツアー開発・造成の間接支援

- ・ 現地ツアーオペレーターへのコンサルティング活動、ツアー造成のヒントとなるような訪日旅行情報を記載したニュースレターの発行等を通じ、訪日旅行商品開発・造成に係る間接的な支援を実施した。
- ・ その結果造成されたツアーの件数及び送客数は、判明しているだけでも 1,069 件、13.9 万人に達した（平成 17 年度実績：796 件、10.4 万人）。

(2) 訪日ツアー開発・造成の直接支援（数値目標を設定している項目）

- ・ 「Yokoso! Japan トラベル・マート 2006 春」や「Yokoso! Japan トラベル・マート 2006 秋」等へのツアーオペレーター招請、共同広告の実施、JNTO 独自広告での訪日ツアー商品紹介、セミナー開催、旅行パンフレット作成支援、旅行見本市への出展等の事業を通じて、市場国ツアーオペレーターによる訪日ツアーの開発・造成を支援した。
- ・ アジア市場では、高級旅館と温泉の魅力を訴求し、高級ツアー商品の販売促進に重点を置いた。米国市場では日米間の航空便数が硬直化する中で、訪日旅行者数の増減に大きな影響を与える個人旅行者を重点ターゲットとして、「Affordable Japan」のイメージを訴求する活動等を実施した。豪州市場では、近年高まりつつある訪日スキー旅行需要の一層の喚起を目的として、スキー旅行をテーマとした旅行見本市への出展、セミナー開催等を実施し、旅行会社の訪日スキーツアー商品の販売促進に貢献した。
- ・ 平成 18 年度に JNTO の直接支援を通じて開発・造成された訪日ツアーによる集客数は総計で 289,690 人であった。この実績は平成 18 年度計画で掲げた数値目標（203,620 人）を上回るものである。

◎ 数値目標の達成状況：平成 18 年度送客数(単位：人)

事務所名	JNTO事業	JNTO+VJC 事業	VJC事業	その他	総計	対前年 増加率
ソウル	25,409	0	39,258	6,867	71,534	69.4%
北京	2,779	1,002	4,350	0	8,131	124.6%
上海	1,632	13,407	0	0	15,039	210.1%
香港	12,605	9,050	24,755	0	46,410	11.3%
バンコク	2,486	5,291	1,113	219	9,109	48.9%
シンガポール	113	0	36,767	3,170	40,050	267.0%
シドニー	1,375	1,833	0	0	3,208	40.0%
ロンドン	18,440	5,911	759	0	25,110	30.9%
パリ	3,512	2,284	815	0	6,611	183.5%
フランクフルト	920	3,216	532	1,594	6,262	94.8%
ニューヨーク	1,546	5,709	1,322	0	8,577	42.4%
ロサンゼルス	2,368	34,610	0	0	36,978	47.5%
トロント	4,221	6,147	2,067	236	12,671	51.7%
総計	77,406	88,460	111,738	12,086	289,690	58.5%

※「JNTO+VJC 事業」とは JNTO 予算と VJC 事業予算を組み合わせて実施した事業。

※「その他」とは VJC 事業以外の地方自治体等からの受託事業。

< 海外観光宣伝事務所別・主要事業別の集客実績 >

	招請	共同広告	旅行博
ソウル	58,930	2,708	57,781
北京	6,552	3,619	0
上海	4,769	4,513	1,953
香港	41,983	16,889	633
バンコク	1,391	1,054	6,933
シンガポール	36,513	0	38,803
シドニー	1,833	0	0
ロンドン	8,943	8,591	4,010
パリ	5,425	0	380
フランクフルト	3,275	125	2,939
ニューヨーク	1,212	3,171	6,368
ロサンゼルス	15,054	18,601	23,848
トロント	8,115	9,445	4,720
総計	193,995	68,716	148,368

※ 複数の事業の結果、集客に結びついた場合、同一実績が複数の事業にカウントされる。

従って、数値目標の達成状況の数値とは一致しない。

< 事例紹介1 韓国における「温泉」を訴求テーマとするツアーの造成・販売支援事業 >

高級温泉旅館ツアー造成・販売支援事業の平成 17 年度からの継続。今回は商品の多様化のために、別の地方(近畿・関東)の商品化・販売を支援した。その結果、11 ヶ月間に 44 の新規ツアー商品が造成され、19,739 名を集客した。なお、P1 と P4 の旅行会社招請は、「Yokoso! Japan トラベル・マーケット」の地方視察事業を利用した。

【事業プロジェクト】※P はプロジェクトの意味。

P1: 旅行会社招請及び商談会(4 月)

「Yokoso! Japan トラベル・マーケット春」の一環として実施される地方視察事業に招請し、近畿地方の視察、商談会を実施。

P2: 販促グッズ配布

旅行会社経由で「JNTO ロゴ入りTシャツ」4,000 着を一般消費者に配布。

P3: 旅行会社パンフレットへ JNTO 広告を掲載

温泉商品取扱社 7 社のパンフレットに JNTO 広告を掲載。

P4: 旅行会社招請及び商談会(9 月)

「Yokoso! Japan トラベル・マート秋」の一環として実施される地方視察事業に招請し、関東地方の視察、商談会を実施。

【実績】

ツアー造成本数: 44 本

ツアー設定本数: 2,769 本

ツアー催行本数: 2,706 本

ツアー設定期間: 2006 年 5 月 1 日～2007 年 3 月 31 日

ツアー集客数: 19,739 人

集客目標数(達成率): 5,000 人(395%)

<事例紹介2 中国における高品質商品の普及を目指した「コンテスト方式によるツアー商品の通年化及び多様化促進事業」>

中国政府は悪質な旅行業者を排除し旅行業の秩序ある発展を目指す「誠信旅遊活動」を実施している。北京事務所は「誠信旅遊活動」の趣旨に賛同し、高品質な訪日ツアー商品の普及を目指した「コンテスト方式によるツアー商品の通年化及び多様化促進事業」を実施した。コンテストへは北京の大手旅行会社 8 社が参加し、JNTO の支援により、食事、宿泊施設等で一定水準を満たした訪日ツアー商品を造成し、販売実績を競った。集客数は合計 2,779 名に達した。

【事業プロジェクト】※P はプロジェクトの意味。

P1: 販売コンテスト告知(4 月)

高品質の定義を定めた上で北京市内の旅行会社にコンテストへの参加を呼びかけた。

P2: ブローシャー及び宣伝ポップの作成(4 月)

P3: 旅行会社・マスコミの招請(5 月)

旅行会社、マスコミ、合計 13 社 13 名を招請し、東京～大阪間のグレードの高い観光施設を視察。

P4: ニュースレターの発信(7 月)

旅行シーズンの夏休み前にマスコミ・旅行会社向けに発信。

P5: ツアー参加者アンケートの実施(通年)

P6: 広告支援の実施(9 月)

北京晩報等に掲載。

P7: ニュースレターの発信(9 月)

旅行シーズンの国慶節前にマスコミ・旅行会社向けに発信。

P8: 広告支援の実施(1月)

北京晩報等に掲載。

P9: ニュースレターの発信(1月)

旅行シーズンの旧正月前にマスコミ・旅行会社向けに発信。

P10: 表彰式の実施(3月)

集客数の多い旅行会社等を表彰。さらに、九州観光推進機構、札幌市の協力を得て、「九州賞」、「北海道賞」を設け、各賞受賞社には後日、現地視察の機会が提供された。

【実績】

ツアー造成本数: 76 本

ツアー設定本数: 76 本

ツアー催行本数: 76 本

ツアー設定期間: 2007年6月25日～2007年3月31日

ツアー集客数: 2,779 人

集客目標数(達成率): 960 人(289%)

<事例紹介3 香港における「癒し」をテーマとした高品質ツアー商品の造成・販売支援事業>

ストレスの多い日常生活から離れ、「SPA」、「美食」、「温泉」、「ショッピング」等を求める香港人のニーズに対応するため、香港事務所は「癒し」をテーマとした高品質ツアー商品の造成・販売支援事業を実施した。

【事業プロジェクト】※P はプロジェクトの意味

P1: 旅行会社招請

旅行会社担当者7社7名が東京・箱根・小田原・熱海・伊豆等を視察。

P2: メディア招請事業

大手新聞社6社7名が東京・箱根・小田原・熱海・伊豆等取材。

P3: 共同広告事業

訪日旅行取扱旅行会社7社と共同で合計7回広告掲載。

P4: 販売員研修事業

旅行会社7社の合計 110 名を対象に実施。

P5: JNTO 繁体字ウェブサイト上における PR

【実績】

ツアー設定本数: 1,842 本

ツアー催行本数: 1,842 本

ツアー集客数 : 6,305 人

集客目標数(達成率): 4,670 人(135%)

<事例紹介4 アメリカにおける「Affordable Japan」促進ツアー販売支援事業>

本事業では、「日本は物価が高い」とのイメージを払拭するため、FIT パッケージツアーの共同広告やリテラーセミナーにおいて、「Affordable Japan」のパンフレット等を活用し、リーズナブルでお得感のある日本の魅力をアピールすることにより、訪日旅行客の増大を図った。

【事業プロジェクト】※P はプロジェクトの意味

P1:共同広告事業

格安パッケージ商品(1,000 ドル以下)を販売するツアーオペレーターと共同でロスアンゼルスタイムズ紙及びサンフランシスコクロニクル紙旅行版や旅行雑誌に広告を掲載した。

P 2.:リテラー対象セミナー開催事業

訪日旅行市場として潜在需要が高い6箇所を選定し、直接、消費者に訪日旅行商品を説明し販売するリテラーに対し、旅行目的地としての Affordable な日本の魅力を伝え、販売力向上を図った。

【実績】

ツアー催行本数: 812 本

ツアー集客数 : 1,624 人

集客目標数(達成率): 1,000 人(162.4%)

<事例紹介5 カナダにおける他の政府観光局との共同事業。プラス・ジャパン・ツアー造成・販売支援事業>

トロント事務所はカナダ市場において、アジアの政府観光局(NTO)と積極的に共同事業を実施している。平成 17 年度に中国、香港、韓国の 3 NTO と共同事業を実施したのに引き続き、平成 18 年度はタイ国政府観光庁(TAT)、韓国観光公社(KTO)と共同事業を実施した。誘致ターゲットは白人系カナダ人に加え、アジア・エスニック系カナダ人を対象とした。

【事業プロジェクト】※P はプロジェクトの意味

P1:メディア招請事業

ツアー販売の支援を目的として、TAT と日本・タイ視察共同プレストリップを実施し、トロント・スター等のカナダの有力紙に日本とタイ両国の観光記事が掲載された。

P2:日本・タイ周遊新規ツアー広告支援事業

トロント・スター等のカナダの有力紙に TAT と共同広告を掲載した。

P3:日本・タイ周遊ツアー造成販売支援事業

TAT と共同で、リテラーを対象にセミナー「Discover the Excitement of Japan & Thailand」をトロントとバンクーバーの 2 都市で開催した。

P4:日本・韓国周遊ツアーの販売促進支援事業(平成 17 年度の継続事業)

韓国観光公社(KTO)と共同で、トロント近郊の有カスーパーマーケット(T&T)4 店舗において、「ジャパン・カーニバル」と「韓国・カーニバル」を 2 ヶ月間開催した。ジャパン・カーニバルでは空手実演等のパフォーマンス、訪日旅行の情報提供、ツアー商品宣伝を実施した。

その他:平成 17 年度に実施した「日本・中国ツアー造成販売支援事業」、「日本・香港ツアー造成販売

支援事業」において作成したツアーパンフレットを各種イベントで継続配布した。

【実績】

	中国	香港	韓国	タイ
ツアー集客数	2,230(259)	228(75)	512(510)	384(無し)

※()内は平成 17 年度の実績。

(3) 日本を取扱っていない旅行会社に対する訪日ツアー造成などの働きかけ

<事例紹介1 フランス有力旅行会社による訪日ツアー販売促進事業>

フランスの大手スーパーマーケット系列の旅行会社2社(Auchan 系列 Voyage Auchan 社及び Inter marche 系列 Viseteurs en Asie 社)の訪日旅行商品の開発・販売にパリ事務所が協力し、2社にとって初となる日本への送客を実現した。

【事業プロジェクト】※P はプロジェクトの意味

P1:企画担当者招請支援 東京、関西へ5名を招請した。

P2:フライヤー作成及びメーリング支援事業

Auchan 社のスーパーマーケット 122 店舗で合計 20 万部を配布するとともに、同社の優良顧客へ送付した。

P3:訪日旅行ポスターへの JNTO 広報掲載

JNTO の広告を掲載した訪日旅行ポスターを Inter marche 社のキヨスク 700 店舗に合計 1,400 枚掲示した。

【実績】

ツアー設定本数:15本

ツアー催行本数:17本

ツアー集客数:558人

集客目標数(達成率):350人(159.4%)

<事例紹介2 米国系航空会社従業員向け FIT ツアー造成支援事業>

日系航空会社が米国—日本間の航空路線を減便し、座席供給量が減少する中、米国からの訪日客の増加を図るには冬場の閑散期の需要喚起が急務である。ニューヨーク事務所は、米系航空会社4社(コンチネンタル航空、ユナイテッド航空、アメリカン航空、ノースウエスト航空)の社内報及びイントラネット上に日系旅行会社と共同で低廉な訪日旅行商品の広告を掲載し、訪日旅行を PR した。これらの社内報、イントラネットを目にする人数は航空4社の社員及び家族等で合計22万人に上る。

【実績】

ツアー設定本数:300本

ツアー催行本数:200本

ツアー集客数:405人(平成19年度も継続中)

集客目標数(達成率):2,000人(20.3%)

(4) 訪日ツアー販売支援事業

訪日ツアーを販売する旅行会社に対し、セミナー及び e-ラーニングによる訪日旅行研修、並びに広告掲載、パンフレット作成支援、映像資料の貸与等を実施し、販売を支援した。

<事例紹介1 米国での「Japan Travel Specialist(JTS)」の活性化と拡大>

VJC 事業の一環として、リテラー向け訪日旅行「Japan Travel Specialist(JTS)」育成事業を刷新し、新たなオンライン教育プログラムをスタートした。リテラーはプログラムに登録後、オンライン上で3つのコンテンツ「ようこそ日本編」、「全国観光情報編」「旅行素材編」を受講し、修了テストで一定の成績を収めると JTS に認定される。プログラムは、米国の旅行業界紙「Modern Agent」がリテラーを対象に運営しているウェブサイト「Travel Agent Academy」上に設置されている。平成 18 年度の受講者は 1,254 名、その内 779 名が JTS として認定された。

【JTS の活用例】

- ・ ツアーオペレーターが JTS に JTS Special Commission を支払うことで、訪日旅行商品の販売を促進している。同コミッションは、JNTO がツアーオペレーターに働きかけた結果実現したもので、JNTO の支援・協力を受けたツアーオペレーターが造成した訪日旅行商品を JTS が販売した場合にのみ支払われる。
- ・ JNTO ウェブサイト上で JTS を地域別に紹介することで、ウェブサイト利用者による居住地域内 JTS への問い合わせ、訪日旅行商品購入を促進している。

【実績】JTS による集客数:8,585 名

【参考資料15 米国での Japan Travel Specialist(JTS)の画面】

<事例紹介2 ドイツでの JTS の導入>

ドイツでは、旅行者の約半数が旅行会社を通じて海外旅行の手配を行うため、旅行会社の販売員が旅行コンサルタントとして重要な役割を果たしている。フランクフルト事務所は訪日旅行者拡大のために、ドイツ各地で販売員を対象に研修セミナーを実施してきたが、ドイツ各地でのセミナー開催に要する時間とコストの削減、より多数の販売員に対して研修を実施するために、e-ラーニングシステムを導入した。平成 18 年度の受講者は 1,000 名を突破し、508 名が JTS として認定された。

【事業プロジェクト】※P はプロジェクトの意味

P1: e-ラーニング事業対応システムの確立(4 月)

P2: 広報フライヤー作成と折込み広告の実施(6 月)

P3: セミナー実施(7 月)

P4: JTS としての認定修了証の発行(1 月)

P5: 成績優秀者訪日研修旅行の実施(1 月)

JTS に認定された旅行会社販売員の中で、特に修了試験の成績が優秀であった 10 名を対象に視察研修を実施した。実施にあたっては、賛助団体である日系航空会社から協力を得た。

【実績】JTS による集客数:1,645 名

＜事例紹介3 オーストラリアにおけるスキー・スノーボード訪日ツアー拡大事業＞

シドニー事務所は平成 17 年度にオーストラリアが VJC 重点市場に指定されて以来、VJC や関係地方自治体等との連携により、長野県白馬村・志賀高原等へのオーストラリア人旅行者の誘致支援を実施している。

【事業プロジェクト】※P はプロジェクトの意味

P1: 関係機関への誘致プロモーションに係るコンサルティング活動

長野県、白馬村、信州・長野県観光協会等へのスキー・スノーボーダー誘致に係る事業実施方法、広報 PR 活動、セールス活動実施策等のコンサルティング活動を本部とシドニー事務所が連携して実施。

P2: ジャパン・スキー・プロモーション・セミナー開催 (VJC 事業)

シドニーで開催。同時に、有カスキー旅行会社へのセールスコールを実施。

P3: 豪州有カスキー旅行会社の訪日スキー・スノーボードツアー商品宣伝パンフレット支援

P4: 豪州有カスキー旅行会社のツアーオペレーター企画担当者招請事業支援 (VJC 事業)

P5: 豪州有カスキー・スノーボード関係人気旅行 TV 番組チーム招請事業支援

【実績】ツアー集客数: 1,947 人

集客目標数(達成率): 1,000 人(194%)

＜事例紹介4 訪日ツアー販売担当者に対する現地セミナーの実施＞

VJC 事業と連携して旅行会社の販売員等を対象に、海外観光宣伝事務所が販売支援を目的としたセミナーを開催した。本年度は特に中国、フランス、米国でのセミナー開催に注力した。中国では、セミナー開催地を訪日団体観光旅行が解禁間もない省にまで拡大し、主に訪日旅行の基本事情の習得を目的とした。フランスでは、訪日旅行気運の高まりを受けて、訪日旅行の魅力を分かり易く紹介するセミナーを開催した。米国では、再登録更新を行った Japan Travel Specialists (JTS) を含む販売員に対し、基本事情に加え、日本の旅行業者と連携して訪日旅行の促進に資するツアー商品やサービス内容を解説した。

	セミナー回数	受講者数
中国	22	578
香港	7	110
タイ/シンガポール	2	176
豪州	6	402
英国	7	85
フランス	22	2,188
ドイツ	7	272
米国	28	2,077
カナダ	3	256
合計	104	6,144

③その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

公的機関としての NTO ブランドと海外観光宣伝事務所のネットワークを活用して、有力旅行ガイドブックの日本編の発行を実現した。

<事例紹介1 ミシュラン・ガイドブック日本編(仏語版)出版支援事業>

パリ事務所がミシュラン社に対し同社ガイドブック日本編の発行を働きかけた結果、同社の「Voyage Pratique」(実用旅行ガイドブック)日本編が平成 19 年 4 月 4 日に発行された。JNTO は VJC、地方自治体と連携の下、ミシュランのライター4 人を中心とする取材チームに対して 1 年間にわたり取材協力を行った。

「Voyage Pratique」は 2005 年創刊。既に 40 タイトルが刊行されている。日本編は、日本国内の観光地・名所を記者のお薦め度合いに応じて「星無し」から「3 つ星」に分類して紹介している。さらに、宿泊、食事、見学するための 820 の場所を紹介している。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(1) 官民パートナーシップで諸外国と競争に立ち向かう外国人旅行者誘致活動

>③ 外国人旅行者の受入体制の整備支援事業<

【中期目標】

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

【中期計画】

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

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

数値目標

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

【年度計画】

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

また、「i」サポートセンターの利用拡大を目指し、全国の「i」案内所における外国人旅行者対応能力の向上等の受入体制整備を支援する。

さらに、“YOKOSO!JAPAN WEEKS”期間中に外国人への案内機能を持たせた施設(YOKOSO!JAPAN デスク)として参画いただいた案内所に対し、「i」案内所への参画を積極的に働きかけ、「i」案内所の大幅な拡充に取り組むとともに、「i」案内所と地域の観光担当部門(地方運輸局、地方自治体など)との連携強化を図る。

また、地域の観光担当部門等の協力を得て、外国人旅行者が容易に「i」案内所の場所が分かるような方策を講じる。

現在、直営で運営しているツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)及び「i」サポートセンターの業務を成田空港(2箇所)及び関西空港において外国人旅行者案内業務を行っている(財)国際観光サービスセンターに委託することにより、これらの案内所が緊密に連携し、一層充実した案内業務が実施できるようにする。

数値目標

平成 17 年度末で全国に 131 箇所ある「i」案内所について、平成 18 年度は 100 箇所程度増加させることを目標に取り組むこととする。

①年度計画における目標値設定の考え方

「JNTO訪日外国人旅行者調査 2003-2004」で、訪問率が 1~3 位の都道府県には最低 7 箇所、4~10 位は最低5箇所、11~20 位は最低 3 箇所という算出方法で候補地を 200 箇所挙げ、その半数である 100 箇所を指定目標とした。同時に「i」案内所指定ゼロ県を無くすことも目標とした。

② 実績値と取り組み状況

(1) ツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)運營業務の外部委託とサービス向上

- ・ (財)国際観光サービスセンター(ITCJ)が行っている成田空港(2箇所)及び関西空港の外国人旅行者案内業務と緊密に連携するために、TIC の運営を ITCJ に委託した。
- ・ 鉄道各社の協力を得て、11 月から JR 有楽町駅、東京メトロ銀座・有楽町・日比谷各駅で TIC 所在案内ポスターの掲示を開始した。その結果、TIC 来訪者数は平成 17 年度比 8.5%増の 33,922 人となった。

	平成 17 年度	平成 18 年度	対平成 17 年度比
来訪者数	31,259	33,922	8.5%
(うち質問者数)	(26,336)	(29,033)	10.2%
電話による照会件数	5,541	5,546	0.1%
手紙による照会件数	194	134	-30.9%
合 計	36,994	39,602	7.0%

【参考資料16 平成 18 年度のツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)の国籍別質問者数】

(2)「i」案内所ネットワーク拡大のための働きかけ

- ・ 「i」案内所ネットワークの拡大のために、今年度より指定のための調査を、実地検分から書類審査に切り替え、依頼者側の経費的負担と指定にかかる日数を削減した。
- ・ 平成 17 年度に「Yokoso! Japan Desk」に登録した案内所に対し、文書で「i」案内所への参加を勧誘した。
- ・ 職員が地方出張時に、直接参加を勧誘した。また、観光案内所以外の外客誘致に熱心な施設に対しても参加を勧誘した。
- ・ 平成 18 年度末で、全国の「i」案内所は 155 箇所となった。鳥取県の境港観光案内所が「i」案内所となったことで、「i」案内所指定ゼロ県が無くなった。また、宿泊施設、ショッピングセンター、美術館等の多様な観光施設が「i」案内所に参加した。
- ・ 国土交通省が中心となって実施した「Yokoso! Japan Weeks 2007（平成 19 年 1 月 20 日～2 月 28 日）」の期間中、観光案内所 672 箇所を「Yokoso! Japan Desk」に指定した。

<平成 18 年度の「i」案内所指定実績 26 箇所>

秋田空港ターミナルビル案内所	4 月 6 日
福島空港ビル総合案内所	4 月 18 日
岐阜市観光案内所	6 月 27 日
鬼怒川・川治温泉観光情報センター	7 月 19 日
アーストリップ	7 月 26 日
いきいきKAN	7 月 31 日
館山市観光協会	8 月 7 日
太宰府市観光案内所	8 月 14 日
太宰府館	8 月 14 日
美幌観光案内所	8 月 25 日
足立美術館国際観光案内所	9 月 10 日
境港市観光案内所	9 月 13 日
支笏湖ビジターセンター	9 月 23 日
京都ハンディクラフトセンター	11 月 1 日
東京都台東区浅草文化観光センター	11 月 1 日
平泉町観光案内所	11 月 1 日
旅館浅草指月	11 月 1 日
タートル・イン日光	11 月 14 日
新宮市観光案内所	11 月 29 日
富士箱根ゲストハウス	12 月 4 日
今治市サイクリングターミナル・サンライズ糸山	1 月 10 日
新発田市観光案内所	1 月 15 日

リーガロイヤルホテル広島	3月13日
道後観光案内所	3月19日
成田国際空港株式会社 外国人観光案内所第1ターミナル	3月26日
成田国際空港株式会社 外国人観光案内所第2ターミナル	3月26日

※色のついたセルは観光案内所以外の施設

◎ 数値目標の達成状況:「i」案内所指定数

中期目標 期間中 増加目標	平成 15 年度 指定実績	平成 16 年度 指定実績	平成 17 年度 指定実績	平成 18 年度 指定実績	中期目標 期間中 増加実績
10 箇所	2 箇所	6 箇所	11 箇所	26 箇所	40 箇所※

※平成15年度は、2箇所(岩手県観光協会・山口県観光案内所)が指定されたが、既に指定を受けていた3箇所(札幌市観光協会・洲本市観光協会・伊万里観光協会)が、外国語の対応が困難となり、予算上の理由から指定解除となった。平成16年度に6箇所、平成17年度に11箇所、18年度に26箇所指定となったが、新千歳空港総合案内が運営主体解散のため、札幌国際プラザビクターズインフォが案内所閉鎖のため脱退したため、増加実績としては、2箇所-3箇所+6箇所+11箇所+26箇所-2箇所=40箇所となる。

(3) 数値目標が未達成となった理由

平成18年2月に「YOKOSO! JAPAN Desk」に指定した案内所421箇所を中心に勧誘し、平成15～17各年度の実績を大幅に上回る26件の指定実績があったが、数値目標100箇所程度は達成出来なかった。勧誘先が参加を断る理由は、「外国人利用者が少ない」、「外国語対応スタッフが不足している」、「指定時の経費負担が出来ない」等である。

(4) 今後の取り組み

- ・ 「i」案内所という名称を、より親しみやすい「ビジット・ジャパン案内所」へ変更する。
- ・ 現在「ビジット・ジャパン案内所」が1箇所にとどまっている都道府県において2箇所以上の指定を目指す。特に外国人旅行者の訪問率(「JNTO訪日外国人旅行者調査2003-2004」による)の高い都道府県は最低3～5箇所程度の指定を目指す。
- ・ 国際航空便、国際航路が就航している空港、港、及び外国人旅行者が多く利用する駅に所在する案内所、ホテルのコンシェルジュ・デスク等に対して「ビジット・ジャパン案内所」への参加を勧誘する。
- ・ 外国人を積極的に受け入れている旅館組織「ジャパニーズ・イン・グループ」の会員旅館に参加を勧誘する。

【参考資料17 「i」案内所制度】

【参考資料18 平成18年度「i」案内所の指定基準】

【参考資料19 全国「i」案内所リスト】

【参考資料20 平成18年度「i」サポートセンターのサービス案内】

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

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

>④ 国際コンベンション等の誘致・支援事業<

ア 国際コンベンション及びインセンティブ旅行の誘致

イ 誘致が決定したコンベンションの開催準備

【中期目標】

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

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

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

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

【中期計画】

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

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

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

イ 誘致が決定したコンベンションの開催の準備を円滑に進めるため、人材育成、寄附金募集・交付金交付制度の運営等の支援事業を積極的に実施する。特に、機構の運営する寄附金募集・交付金交付制度は、国際コンベンションの開催コストの低減に資するのみならず、資金管理を効率的に処理することにも役立つものであるので、国際コンベンション主催者による活用を促進するため、交付対

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

数値目標

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

【年度計画】

ア ロンドン、ニューヨーク、ソウル事務所を中心とした海外観光宣伝事務所及び本部が独自に収集した国際会議に関する情報を精査し、データベースの一層の充実を図る。

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

イ インセンティブ旅行（企業報奨旅行）については、海外観光宣伝事務所及び国際会議観光都市のコンベンション推進機関と連携し、誘致活動を強化する。重点誘致対象市場をアジア太平洋地域、主として韓国、香港、中国、タイ、シンガポール及びオーストラリア等とする。

ウ 国際会議観光都市・コンベンション推進機関への日常的なコンタクトを実施し、夫々のニーズを把握した上で、上記活動の結果得られた会議情報やノウハウを提供する等、必要な誘致支援活動を行う。

引き続き、アジア太平洋地域会議の誘致に積極的に取り組む。また、効率的な誘致活動を展開するため、各種人材育成研修会を実施する。

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

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

カ 国際会議、インセンティブ旅行、国際文化・スポーツイベント等、広義の国際コンベンション（MICE）※の誘致に取り組み、国際観光交流拡大を図ることを目的として国土交通省が提唱する「MICE 検討会」に参画し、関係省庁、関連団体及び経済界関係者とともに、国際コンベンションの現状把握と課題整理及び平成 19 年度からの取り組みに向けた具体策の構築に努める。

※MICE: Meeting, Incentive Travel, Convention/Conference/Congress, Exhibition/Event の略称。

数値目標

会議開催決定権者の招請事業の実施等の結果、誘致に成功した国際会議及びインセンティブ旅行（機構の定める基準に合致する国際会議及びインセンティブ旅行。VJC 事業を含む。）を、平成 18 年度は国際会議を 64 件、インセンティブ旅行を 251 件とする。

① 年度計画における目標値設定の考え方

国際会議の誘致件数は平成 17 年度未達成の数値目標に再度挑むこととし、平成 17 年度と同じ 64 件とした。インセンティブ旅行についてはビジット・ジャパン・キャンペーンの目標である平成 18 年の訪日外客数増加目標の 11.4%増に合わせ、平成 17 年度数値目標から 11.4%増の 251 件とした。

② 実績値と取り組み状況

(1) 数値目標に対する実績値

- 平成 18 年度に、国際会議 65 件、インセンティブ旅行 396 件(平成 14 年度実績：国際会議 51 件、インセンティブ旅行 16 件)の誘致に成功した。国際会議、インセンティブ旅行ともに数値目標を達成した。
- 平成 18 年度に誘致に成功したインセンティブ旅行による来日予定人数は 25,216 人にのぼる。

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

平成 14 年度 実績	平成 15 年度 実績	平成 16 年度 実績	平成 17 年度 実績※	平成 18 年度 目標	平成 18 年度 実績※
67 件 国際会議	77 件 国際会議	126 件 国際会議	390 件 国際会議	315 件 国際会議	461 件 国際会議
51 件 インセンティブ	53 件 インセンティブ	58 件 インセンティブ	60 件 インセンティブ	64 件 インセンティブ	65 件 インセンティブ
16 件	24 件	68 件	330 件	251 件	396 件
基準年 =100	114.9	188.1	582.1	470.1	688.1

※国際会議は JNTO 事業のみの実績。インセンティブ旅行は JNTO 事業 116 件と VJC 事業 280 件の合計。

【参考資料21 平成 18 年度 国際会議・インセンティブ旅行誘致成功実績】

(2) 取り組み状況

ア アジア地域に焦点を絞ったインセンティブ旅行誘致活動の実施

近年アジアからの訪日インセンティブ旅行市場が急拡大しており、平成 18 年度は新規に開設したシンガポール事務所において取組みを開始するとともに、インセンティブ旅行市場が黎明期にある中国におけるプロモーションを実施、積極的な誘致活動に努めた。

特に、VJC 重点市場国である中国の広州、北京、上海の 3 都市においてインセンティブ旅行市場の本格的な開拓のため、地方コンベンション推進機関やホテル等の参加を得て、インセンティブセミナーを開催した。周遊型の社員旅行が依然中心となっている中国において、質が高く、高額なインセンティブ旅行は、近隣アジア諸国からの同旅行市場の急速な拡大に見られるように、将来的に非常に有望な市場である。

- ・ 北京・上海・広州インセンティブセミナー(平成 18 年 6 月)
インセンティブ旅行の主催企業、取り扱い旅行会社 22 社を対象に、日本の都市コンベンション推進機関との商談会を開催した。商談会の前に、北京、上海、香港の JNTO 海外観光宣伝事務所長と現地旅行会社関係者が日本側参加者に対し、中国 3 都市のインセンティブ市場の現状・問題点等に関する講演を行った。
- ・ ソウルインセンティブマート(平成 18 年 9 月)
インセンティブ旅行の主催企業、取り扱い旅行会社 27 社と都市コンベンション推進機関との商談会を開催した。さらに、韓国 Amway 職員による現地インセンティブ市場に関する講演を実施し、日本の都市コンベンション推進機関の誘致力向上を図った。事業実施後のアンケートでは、日本側参加 8 機関のうち 7 機関より「おおむね満足した」との回答を得た。
- ・ VJC ジャパン・インセンティブ・ショーケース 2006(平成 18 年 11 月)
インセンティブ市場の成長が顕著な韓国、台湾、香港、タイ、シンガポールから、招請事業のために、インセンティブ旅行主催企業、取り扱い旅行会社のキーパーソン 29 名の人選を行った。さらに、日本の旅行関係者及び都市コンベンション推進機関との意見交換会を実施した。事業実施後のアンケートでは、日本側参加 8 機関のうち 7 機関より「有意義であった」との回答を得た。
- ・ IT&CMA 2006(平成 18 年 10 月)
タイで開催されたアジア太平洋地域最大級のインセンティブ旅行・国際会議等専門見本市に、都市・コンベンション推進機関と共同出展した。JNTOブースで 25 件の商談を行い、インセンティブ旅行の目的地及び国際会議開催地としての日本の魅力を広く PR した。また、同見本市終了後、バンコク市内において、現地のインセンティブ取扱旅行会社及び主催企業 89 社・144 名を招待して訪日インセンティブ旅行促進セミナーを開催した。

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

- ・ 国際会議観光都市・コンベンション推進機関に対し、日本で開催される国際会議の最新情報・資料を提供した。
- ・ 国際コンベンション、インセンティブ旅行等の誘致に有効な情報(セールス・リード)244 件を国際会議観光都市・コンベンション推進機関に提供した。情報提供件数は対前年比 30%増加した。
- ・ 国際会議観光都市・コンベンション推進機関に対し、会議誘致コンサルティングを行い、国際会議主催者への共同セールスを行った。
- ・ 国際会議およびインセンティブ旅行のキーパーソン招請事業、コンベンション見本市への出展、インセンティブセミナーの開催に際し、コンベンション推進機関及びその会員企業等から広く参加を募った。

- ・ 国際会議観光都市の会議施設、観光情報、会議開催に際して提供できるサービス等を紹介する英文ニュースレターを、国際会議主催者、インセンティブプランナーへ13海外観光宣伝事務所を通じて、年4回配信した。
- ・ JNTOの実施する国際会議キーパーソン招請事業及び日本での国際会議開催実績等に関する記事が海外のコンベンション専門誌2誌に掲載された。

ウ アジア太平洋地域の国際会議誘致への取り組み

- ・ AIME 2006(平成18年6月)
オーストラリア・メルボルンで開催されたアジア太平洋地域最大級のインセンティブ旅行・国際会議等専門見本市に、都市コンベンションビューローとともに共同出展し、インセンティブ旅行及び国際会議開催地としての日本の魅力を広くPRした。JNTOブースでの商談件数は40件に達した。さらに、見本市終了後、メルボルン市内において、インセンティブ旅行主催企業、取り扱い旅行会社16社を招待するセミナーを開催した。都市コンベンション推進機関とともにプレゼンテーションと商談を実施した。
- ・ アジア太平洋国際会議商談会(平成18年9月):
ソウルで開催されたICCA(International Congress & Convention Association)主催の商談会にソウル事務所が初参加し、アジア太平洋地域において国際会議を開催することに関心を持つキーパーソン13名と商談を行った。

エ 各種人材育成研修会の実施

- ・ コンベンション研修会(平成18年6月)
国際会議観光都市及びコンベンション推進機関でコンベンション実務を新たに担当することとなった関係者を対象に、コンベンション市場の概要や誘致・セールス活動の手法に関する研修を実施した。また、初の試みとして、研修会の2日目に大学講師によるビジネススキルやセールス活動についての研修を取り入れた。参加者は57名に達した。
- ・ コンベンション幹部セミナー(平成18年12月)
国際会議観光都市及びコンベンション推進機関の幹部を対象に、コンベンション組織のマネジメント、組織運営に関する諸問題等をテーマとして、大学講師による講演会を行った。参加者は23名。
- ・ コンベンション中堅者研修会(平成19年1月)
国際会議観光都市及びコンベンション推進機関において実務経験が3年以上の中堅職員を対象に、コンベンション誘致活動の際に必要なビジネススキルに関しての知識を習得する研修を実施した。今回は、新しいマーケティング戦略として注目されている「ブルーオーシャン戦略」を取り上げ、競争の無い市場をいかに創造していくか、グループごとにアクション・マトリクスや戦略キャンバスを作成し発表を行なった。参加者は9名。

オ 寄附金募集・交付金交付制度の周知と利便性の向上に向けた取組み

- ・ 国際会議主催者の交付金制度利用者の申請書類等を改善し、制度利用者の利便性向上を図った。
- ・ 会議運営会社(PCO)の実務担当者を対象に、寄附金募集・交付金交付制度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」を実施した。
- ・ 平成 18 年度に寄附金募集の協力が決まった国際会議は 13 件、交付金を交付した国際会議は 23 件(交付額 270 百万円)であった。
- ・ IME2006(国際ミーティング・エキスポ)にジェネラルインフォメーションブースを出展し、国際会議主催者を対象としたJNTO事業の紹介を行った。

<交付金制度について>

- ・ JNTO の寄附金募集・交付金交付制度は、国際会議主催者の開催支援のために、JNTO が税制優遇措置のある特定公益増進法人として日本での国際会議の開催のための寄附金を受け入れ、主催者に対して交付することにより、わ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 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。

(3) 19 年度以降の新たな施策

- ・ VJCのコンベンション誘致事業に積極的に参画していく。
- ・ 国土交通省が提唱する「国際会議、国際文化・スポーツイベント、国際展示会見本市等(MICE)を通じた観光交流拡大のための連絡協議会」に参画し、関係省庁、関連団体及び経済界関係者と連携した誘致活動を展開していく。

③その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

(1) 国際会議観光都市・コンベンション推進機関・国際会議主催者に対して次の通り資料提供を行った。

- ・ 平成 18 年 10 月に 2005 年版コンベンション統計を 500 部作成した。その内容をウェブサイトへも掲載した。
- ・ 国際会議開催予定情報をウェブサイトで公開した。情報は毎月更新した。
- ・ 平成 18 年 7 月、11 月、平成 19 年 3 月に日本の国際会議主催者に対し、国際会議観光都市の紹介や国際会議開催に関するノウハウを記載したメールマガジン「JNTO コンベンションニュース」を配信し、ウェブサイトでも公開した。

- ・ 国際会議の開催ノウハウを記載した「国際会議マニュアル」を2,000部増刷し、随時、国際会議主催者に送付した。
- ・ 国際会議主催者に対してJNTOが実施しているサービス内容を記載したセールスパムフレットを2,000部作成し、国際会議主催者訪問時に活用した。
- ・ 国際会議主催者に対して実施しているサービスをよりわかりやすく、かつ効果的にPRするためにウェブサイトの全面改訂を行った。

(2) 国際コンベンション誘致における大都市と地方都市といった都市の規模・特性を踏まえた取組み

国際会議観光都市は、都市の特性(規模、地理的条件、大学や産業の立地、歴史・文化・観光資源等)、コンベンション施設、宿泊施設、アクセス、地元の受入体制等により、開催に適した或いは受入可能なコンベンションに一定の制約があるため、機構は、個別に都市毎の担当者を配置し、きめ細かい連携体制の下、個別のコンサルティングや誘致情報の提供等の対応を行っている。また、案件によっては、誘致セールスに同行し、共同で誘致活動に当たっている。

【参考資料22 平成18年度 コンベンション誘致事業協賛都市】

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

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

>⑤通訳案内士試験事務の代行<

【中期目標】

訪日外国人旅行者の満足度を高めるため、通訳案内士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】

通訳案内士試験について、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、通訳案内士試験の認知度を高めるよう努める

【年度計画】

- ・ 「通訳案内士試験ガイドライン」に従い、試験実施言語を増加するとともに、通訳案内の実務に沿った試験内容及びレベルとなるよう努める。
- ・ 今年度から実施予定の海外会場での試験を円滑に実施する。
- ・ 受験願書の電子申請受付システムの早期構築に努める。

① 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れ体制の確保のため、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。

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

- ・ 初の海外試験をソウル、北京、香港、台北で実施し、約 2,000 人が受験した。
- ・ 筆記試験において極端な難問を避けるとともに、口述試験では試験委員が旅行者、受験者が通訳案内士を務めるロールプレイ形式を導入し、実務に合った試験となるよう努めた。
- ・ 新たに加わったタイ語試験に対処した。
- ・ 旅行業務取扱管理者試験、実用英語技能検定一級合格者等に対する筆記試験の一部科目免除等、試験免除範囲の拡大に対処した。
- ・ 国内外の受験者の利便性向上のために、受験願書についてインターネットによる 24 時間対応の電子申請受付システムを構築した。同システムは平成 19 年度から運用を開始する。
- ・ 平成 19 年度以降については、新たに加わる科目別合格免除及び地域限定通訳案内士試験の外国語試験の併願による受験者の属性の大幅な増加に的確に対処して、円滑な試験実施を図ることとする。

③その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

試験地の増加と試験内容の適正化に努めた結果、出願者数、増加合格率ともに向上している。

<通訳案内士試験の過去4年間の出願者数と合格率>

年度	出願者	受験者	最終合格者	合格率
平成15年度	7,122人	6,300人	331人	5.3%
平成16年度	7,213人	6,066人	408人	6.7%
平成17年度	8,544人	7,043人	789人	11.2%
平成18年度	10,204人	8,695人	1,137人	13.1%

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(2) 効率的・効果的な業務運営の促進

>①業績評価の充実<

【中期目標】

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

【中期計画】

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

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

【年度計画】

ア 前年度に引き続き、アドバイザリー・コミッティ(年 2 回)、特別顧問会議(年 1 回)を開催し、JNTO 及びその事業に関する意見や提案を聴取し、業務運営の改善に反映させる。

イ 事業パートナー（地方自治体・観光関連事業者等）を対象とした顧客満足度調査を引き続き実施し、調査結果に基づく機構の事業改善を進めるとともに、事業提案を行う等 PDCA (Plan-Do-Check-Action)サイクルを実施する。

ウ 機構が行う事業の実施に際して、利用者や関係者に対するアンケート調査等を実施し、事業の目標達成度を測定するとともに、改善点の把握に努める。

① 年度計画における目標設定の考え方

機構が実施する事業について適切な評価を得て、不断の見直しを図るため、事業パートナーおよび外部有識者による業績評価を継続実施する。

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

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

- ・ JNTO アドバイザリー・コミッティ(7月、12月の計 2 回開催)
在日フランス商工会議所理事のクリスチャン・ポラック氏に新たに委員として就任頂いた。
- ・ 特別顧問会議(9月に 1 回開催)
日本経済団体連合会の会長交代に伴い、御手洗富士夫氏に特別顧問会議の座長に就任頂いた。さらに、ちばぎん総合研究所社長の額賀信氏に新たに委員として就任頂いた。

【参考資料23 アドバイザリー・コミッティ、特別顧問会議のメンバー】

(2) PDCA サイクル確立に向けての第二回 CSI 調査の実施

JNTO の顧客に相当する賛助団体・会員を対象に平成 18 年 5 月～9 月に CSI(Client Satisfaction Index)調査を実施した。今回は海外の事業パートナー等も調査対象に追加し、より多方面からの CSI 把握に努めた。全調査対象者からの総合評価は、76.2 であった。

また、前回調査と同じ調査対象者に限定した場合の総合評価は 10.8 ポイント向上の 73.4 で、特に次の項目に対する評価が大幅に向上した。

項目	満足度	改善度合い
「JNTOはVJCに貢献している」	85.5%	+6.9 ポイント
「JNTOは知名度があると思う」	60.5%	+14.2 ポイント
「気軽にコンタクトしたり相談できる」	54.8%	+9.2 ポイント
「職員の要望に応えようとする姿勢」	61.5%	+12.8 ポイント
総合評価	73.4%	+10.8 ポイント

さらに、調査結果を分析し、次の3つの重点課題を抽出した。

CSIの CFT チームが抽出した JNTO の重点課題 課題(1) 事業内容についての認知度向上 課題(2) 地方における JNTO の実績づくり 課題(3) 意思決定及び対応の一層の迅速化

(3) 事業実施時のアンケートの実施

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

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(2) 効率的・効果的な業務運営の促進

>②人事考課の徹底

【中期目標】

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

【中期計画】

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

【年度計画】

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

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

① 年度計画における目標設定の考え方

国により課せられた人件費削減目標の達成と人材育成の両立を図るため、人事評価結果に基づき、機構への貢献に報いるメリハリをつけた運用を行う。

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

ア 人事考課の実施とそれに基づく処遇、人事配置

- ・ 全職員を対象に、上長との面談を通じて業務目標を設定の上、身上報告書に記載、提出させた。
- ・ 人事評価基準に基づき、自己評価、面談を経て上長による人事評価を行うなど厳正な手続きを行い、人事評価を決定した。
- ・ 海外観光宣伝事務所長会議(10月、2月)の際、管理部長による面談を行い、海外観光宣伝事務所への人員配置や要望を直接聴取し、人事計画に反映させた

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

- ・ 職員が毎年提出を義務付けられている「身上報告書」により、各職員の能力や過去の業務経験(各国語別の実際的な語学能力、IT スキル、資格取得状況、講演・寄稿実績等)、今後従事したい業務や異動先等を申告させ、職員の意向、意欲と業務能力を詳細に把握することにより、きめ細かい労務管理や配置転換を実施した。
- ・ 外部の専門講師を招き、管理職を対象として、目標達成のためのコーチングスキルを身に付けるためのビジネス・コーチング研修を7月に実施した。
- ・ 理事長、理事、監事、各部長を講師として、平成18年4月10日(月)～14日(金)に中途採用者並びに国からの出向職員等を対象とするJNTO業務についてのオリエンテーションを実施した。
- ・ 海外観光宣伝事務所から帰国した職員を講師として、全役職員を対象に「帰国職員プレゼンテーション」を随時開催した。参加者は海外観光宣伝事務所業務の実際、市場動向について報告を聞くとともに、帰国職員と意見交換し、海外市場に対する理解を深めた。

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

>③ 外部人材の活用<

(中期目標)

地方自治体・民間事業者等から有能な人材を登用・活用する。

(中期計画)

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

(年度計画)

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

① 年度計画における目標設定の考え方

事業パートナーのニーズを業務に適正に反映させるとともに、地方自治体に対する人材育成支援強化を目的として、地方自治体・観光関連事業者等から経験豊富で有為な人材の受入れを行う。

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取り組み

- ・ 地方自治体・観光関連事業者等から経験豊富で有為な人材の受入れを継続して実施した。
- ・ 訪日インバウンド旅行の振興に従事する職員の人材育成を急ぐ地方自治体を支援するため、研修員の派遣を呼びかけた。その結果、新たに3名の新規受入れが決定した(受入は平成19年4月から)。
- ・ 嘱託員制度に基づき、旅行・運輸業界で豊富な経験を有する2名を4月にシンガポール、5月にバンコクへ、各1名派遣した。

③ その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

- ・ 独法化以降に中途採用した者の民間企業等における経験を、組織の活性化、業務の効率化に活用している。
- ・ 平成17年度に実施した旅行・運輸関連の業務経験者等を対象とした中途採用試験受験者から2名を平成18年度に採用した。

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

>④ 海外の在外公館、諸外国の政府、観光関連機関等との連携強化<

【中期目標】

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

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

【中期計画】

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

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

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

【年度計画】

ア VJC 現地推進会の運営をはじめ、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、広報宣伝・情報提供等の分野での協力を求める等、海外における連携の強化を図る。

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

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

①年度計画における目標設定の考え方

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

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

ア 公的機関、民間企業の海外事務所との連携強化

- (1) 海外観光宣伝事務所が日常活動の中で、在外公館、地方自治体、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。

<在外公館、公的団体、民間企業等との主な協力・連携の例>

在 外 公 館	「上海メディア交流会」6月2日 在上海日本国総領事公邸で、21の地方自治体上海事務所と共催した。参加者は上海の旅行関係記者を中心とするメディア19社19名。
	マレーシアで観光促進セミナー 9月8日 クアランパールでマレーシア観光省、在マレーシア日本国大使館と共催した。マレーシア観光省がビジット・マレーシア2007における日本市場への取組を説明し、JNTOはビジット・ジャパン・キャンペーンの取組を説明した。来場者数は現地旅行業界関係者約50名。
	総領事館主催の天皇誕生日レセプションで訪日旅行をPR 12月7日 フランクフルト総領事館主催の天皇誕生日レセプションの会場にインフォメーションカウンターを設置。来場者に、観光パンフレットを配布し情報提供を行った。来場者数は現地要人約400名。
公 的 団 体	自治体国際化協会と連携し、カナダ自治体連合(Federation of Canadian Municipalities)年次総会に参加 6月2～3日 自治体国際化協会(CLAIR)ニューヨーク事務所が出展するブースに参加した。妹都市交流に基づき訪日を予定している議員等から訪問予定先に関する具体的な質問が寄せられた。
	・日本貿易振興機構(JETRO)と連携し、「インベスト・ジャパン・シンポジウム2006」で訪日旅行をPR 9月27日 JETRO主催「インベスト・ジャパン・シンポジウム2006」で観光プロモーション映像の放映や観光パンフレット配布等を行った。来場者数は英国経済界の関係者160名。
	・JETROと連携し、シンガポールで一般向け訪日旅行促進セミナー「Fascinating Japan」を開催 11月1日 午前中はJETROが「Japan Investment & Business Symposium」、午後はJNTOが「Fascinating Japan」を開催。来場者数は一般消費者200名。
民 間 企 業	「New York-Tokyo Music Festival」で訪日旅行をPR 9月30日 ニューヨークのセントラルパークでフジサンケイグループ等が主催。日本航空(JAL)の協力を得て、JALPAKとともに観光PRブースを出展した。来場者数は主催者発表で7000人。
	「The Language Show 2006」で訪日旅行をPR 11月3日～5日 ロンドン市内のオリンピック展示場で開催された「The Language Show 2006」にJALPAK、国際交流基金と共同で出展。同イベントは外国語学習者や教師を対象とする全英最大の語学専門見本市。3日間の来場者数は8,000人。

- (2) VJC対象国・地域では、現地におけるVJC推進のため、在外公館や関係事業者等で構成されるVJC推進会が設置されており、海外観光宣伝事務所長が推進会メンバーとして参加しているだけ

でなく、海外観光宣伝事務所は在外公館と協力して事務局運営を担っている。平成18年度には上海、バンクーバーの2箇所でVJC現地推進会の設立に関わった。

イ 国土交通省の国際観光協議への協力と他国政府観光局との連携・協調

(1) JNTOは国土交通省が諸外国の政府と連携して実施する国際観光協議に協力している。平成18年度は、次の二国間協議に協力した。

1) 第5回日米観光交流拡大促進協議会ワーキンググループ(5月/米国・ワシントンD.C.)

姉妹都市交流、教育旅行等を通じた相互交流の活性化について意見が交わされたほか、訪日インバウンドに関しては日本国内で開業する米国系ホテルチェーンが協力して支援することとなった。一方、日本からのアウトバウンドについては米国が実施するキャンペーンに旅行業界として商品造成・販売支援強化による支援をすることとなった。なお、協議会の訪日インバウンド部会の議長はJNTO理事長が務めている。

2) 第7回日豪観光交流促進協議(12月/オーストラリア・シドニー)

今回は、日豪の観光資源投資が初めてテーマとして取り上げられ、今後の取り組みに関して活発な意見交換が行われた。また、国際会議やスポーツイベント等を通じた観光交流について日豪それぞれの取り組みを紹介し、今後の拡大方策について意見交換を行った。

3) 第21回日韓観光振興協議会(12月/新潟)

未来に向けた世代間の交流を促進するために、教育旅行の受入整備促進を図り青少年交流の拡大を図るとともに、スキー・ゴルフなどのスポーツや歴史をたどるイベント(朝鮮通信使)等による双方向の交流促進について合意された。また、7月に開催された第1回日中韓観光大臣会合で採決された北海道宣言に基づく域内観光交流の拡大について両国で積極的に取り組むことが確認された。

(2) 他国の政府観光局(NTO)との連携・協調

1) 米国で中国・香港のNTOと共同事業を実施

本年度は平成17年度に造成された日本を含む周遊商品の販売支援に重点を置き、両NTOと共同で新聞・業界誌等に共同広告を掲載した。両国・地域は米国人海外旅行者の旅行先としてアジアの中では上位を占めている。

2) カナダでタイ・韓国のNTOと共同事業を実施

共同でツアー開発を行った。

※P.29「カナダにおけるプラス・ジャパン・ツアー造成・販売支援事業」を参照。

ウ 国内関連団体との連携・協調

(1) 4月に「Yokoso!Japan 東北」実行委員会が開催した「Yokoso!Japan 東北・春」国際シンポジウムに、職員がパネリストとして出席した。

- (2) 11月に(財)アジア太平洋観光交流センター(APTEC)が、和歌山県田辺市と共催した「田辺熊野観光交流促進ワークショップ」に、職員がパネリストとして出席した。
- (3) 19年3月に国土交通省が開催し「通訳ガイドスキルアッププログラム周知セミナー」に職員が講師として出席した。
- (4) 19年1月20日から2月28日の「YŌKOSO! JAPAN WEEKS 2007」期間中、「i」案内所未加盟の観光案内所545箇所を、「YŌKOSO! JAPAN DESK」として登録し、接遇基本マニュアル等の資料提供、翻訳・通訳サービスの提供を行った。
- (5) 19年1月に(財)アジア太平洋観光交流センター(APTEC)が企画・運営を行ったVJC事業「日本の木造世界遺産観光フォーラム・イン・ロスアンゼルス」に対し、全面的に協力した。
- (6) 9月に「日本旅館女将の会」と共催して、「女将・イン・シンガポール」セミナーを開催した。現地の旅行会社、航空会社、メディア等約70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

>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、平成 17 年度から試験的に導入しているグループウェアを活用した本部内、本部と海外事務所との業務改革を検討する。

① 年度計画における目標設定の考え方

平成 17 年度に試験運用を行ったグループウェアを本格導入し、職員の情報共有及びコミュニケーションの強化を図る。

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

平成 17 年度に無料の試行版で導入可否の検討を行ったグループウェア「サイボウズ」のライセンスを購入し、平成 18 年 5 月に本部、8 月に海外観光宣伝事務所へ導入した。サイボウズのファイル管理機能により、JNTO 全体での現地市場情報、海外観光宣伝事務所へのコンタクト情報等の迅速な共有が実現したほか、掲示板機能を活用して職員間での活発な意見交換が実現した。

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

(3) 事業成果の公表

【中期目標】

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

【中期計画】

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

【年度計画】

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

また、17年度から作成を始めた事業案内パンフレット及び年次報告書を引き続き作成し、活用する。

① 年度計画における目標設定の考え方

JNTOの知名度を一層高めるため、国内広報を充実させる。また、独立行政法人として国民への説明責任の観点から組織概要、財務諸表はもとより、事業の成果等についてインターネット、パンフレット等で公表し、機構に対する国民の認識と信頼を確保する。

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

(1) 機構の日本語ウェブサイトを活用し以下の資料を公表している。

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

その他、機構の事業パートナーに直接役立つ情報などについて公表している。また、日本語ウェブサイトのリニューアルに着手した。

(2) 国土交通記者会へのプレスリリース、ウェブサイトへのプレスリリース登載等を通じて、JNTOの事業やその成果を積極的に広報した。さらに、1月に2006年通年の訪日外国人旅行者統計につい

て、記者説明会を実施した。平成 18 年度の国内広報活動成果は、次の通り。

一般紙記事掲載・テレビ放映件数	171 件 (平成 17 年度 166 件)
業界紙誌記事掲載件数	493 件 (平成 17 年度 311 件)

【参考資料24 平成 18 年度報道発表案件一覧】

- (3) JNTO の活動を理解してもらうためにパンフレット「JNTO 事業案内」「JNTO 年次報告書平成 17 年度版」を作成した。JNTO 主催事業、職員が講師を務める講演会等の場で配布するとともに、ウェブサイトでも閲覧可能である。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項

(4) 附帯する業務

【中期目標】 項目なし

【中期計画】

機構が委託を受けている日本コン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】

日本コンgres・コンベンション・ビューローについては、可能な限り、自主運営に移行させるとともに、コンベンション振興のために連携する。

国際観光テーマ地区等推進協議会の事務局業務については会員に対する便益の向上をもたらすことという会員からの要望を勘案しつつ、一部業務の外部委託化を進めることとする。

■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。

■国際観光テーマ地区等推進協議会とは

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

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

① 年度計画における目標設定の考え方

- ・ 日本コンgress・コンベンション・ビューロー(JCCB)については、可能な限り、自主運営に移行させるとともに、コンベンション振興のために、JCCB の実施する事業のうち、国際ミーティング・エキスポ(IME)を共催し、タイアップすることで事業の効果を上げる。また、人材育成のための研修事業については、それぞれの研修内容、開催日が重複することのないよう調整し、連携して実施することとする。
- ・ 国際観光テーマ地区等推進協議会については、同協議会の臨時理事会(平成 18 年 2 月開催)の議決に基づき、会員からの要望を満たしつつ、事務局運営にかかる JNTO のマンパワーを削減するために掲げた目標である。

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

- ・ 日本コンgress・コンベンション・ビューロー(JCCB)の自主運営への移行は平成 17 年度にほぼ完了した。本年度は連携に重点を置き、人材育成を目的としたコンベンション研修会、日本で唯一のコンベンション見本市である国際ミーティング・エキスポ(IME2006)を共催した。
- ・ 国際ミーティング・エキスポ(IME)については、一層の国際化を推進するため、JCCB との連携を一層強化し、従来以上に JNTO のノウハウを投入していく。
- ・ 国際観光テーマ地区等推進協議会の事務局業務については、定期総会(7 月開催)での最終決定を受けて引き続き JNTO が担当することとなった。次年度以降も業務の外部委託等により、最小限のマンパワーで事務局を運営していく。

3. 予算、収支計画及び資金計画

【中期目標】

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

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

【中期計画】

(1) 自己収入の確保

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

(2) 予算(人件費の見積を含む。)

別紙

(3) 収支計画及び資金計画

別紙

【年度計画】

(1) 自己収入の確保

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

(2) 予算(人件費の見積を含む。)

別紙

(3) 収支計画及び資金計画

別紙

① 年度計画における目標設定の考え方

地方自治体及び民間事業者が置かれた厳しい状況を踏まえ、事業パートナーに対する説明に重点をおき、事業パートナーの満足度を高めることで、賛助金・会費の拠出に対する理解を深めていただける様に努め、当機構との連携を強化する。

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

(1) 自己収入の確保

① 賛助団体・会員への取り組み

- ・ 直接面談する機会の少ない賛助団体・会員を訪問し、意見交換を行った。JNTO の提供するサービスメニューを説明するとともに、意見交換を行った。
- ・ CSI 調査を実施し、顧客ニーズの把握に取り組んだ。
- ・ 本年度初の試みとして、賛助団体・会員との「交流勉強会」を月 1 回開催した。JNTO 会議室で賛助団体・会員から事業説明、JNTO に対する要望を聴取の後、意見交換を行った。
- ・ サービス内容の見直しとともに、積極的な勧誘活動を行った。その結果、賛助団体は 2 団体、会員は 22 団体増加した。

< 賛助団体・会員数 >

	平成 12 年度末	平成 13 年度末	平成 14 年度末	平成 15 年度末	平成 16 年度末	平成 17 年度末	平成 18 年度末
賛助 団体数	155	160	161	125	134	132	134
会員数	-	-	-	33	60	77	99
合計	155	160	161	158	194	209	233

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

② コンベンション協賛金拠出団体への取り組み

- ・ 協賛金メニューの一部を変更した。具体的には中国インセンティブ市場に対するニーズの高まりを受け、インセンティブセミナーの開催都市を上海 1 都市から、上海、北京、広州の 3 都市に拡大した。
- ・ 協賛金拠出都市を訪問し、市長及びコンベンション推進機関の長に対し、国際会議開催による経済効果と、地域住民に対する波及効果を訴えた。
- ・ 新たに国際会議観光都市認可を受けた都市や国際会議観光都市の認可を希望する都市を訪問し、トップセールスを行い、コンベンション誘致事業への勧誘に努めた。

③ 事業の開拓等

- ・ 賛助団体・会員の要望を受けて JNTO ウェブサイトを活用したバナーリンク等の PR メニューを設定した。
- ・ 賛助団体・会員に対し、JNTO の海外事業で自社のパフォーマンスを披露する機会を提供し、満足度向上を図った。

④講師派遣、原稿執筆、委員就任等による自己収入確保努力

- ・ 講演・研修等を積極的に行うことにより、JNTO の知名度向上及び自己収入の確保に努めた。平成 18 年度は委員会出席、講演、原稿執筆等により、約 470 万円の収入を得た。

【参考資料25 平成 18 年度 JNTO 職員講演・執筆実績】

(2)18 年度予算等の執行状況(表1～3参照)

<一般勘定>

平成 18 年度の収入は、計画額 29 億 63 百万円に対して、合計で 330 百万円増の 32 億 93 百万円となっている。この変動の主な要因は以下のとおりである。(表 1)

- ・ VJC 事業等の受託業務の増加、通訳案内士試験受験者の増加に伴う受験手数料の増加などにより事業収入が計画額に対して 408 百万円の増となった。
- ・ また、講演料収入等の増により事業外収入が計画額に対して 13 百万円の増となった。
- ・ 一方、地方自治体財政が厳しい状況にあることなどを受け、賛助金・コンベンション協賛金収入が計画額に対して 91 百万円の減となった。

支出については、計画額 29 億 63 百万円に対して、合計で 3 億 59 百万円増の 33 億 22 百万円となった。この変動の主な要因は以下の通りである。(表 1)

- ・ 業務経費については、計画額に対し 10 百万円の増となった。これは、コンベンション誘致事業経費がコンベンション協賛金収入の減少に伴う事業の見直し等により計画額に対して 39 百万円の減となったのに対し、その他の海外観光宣伝事業等は計画額に対して 49 百万円の増となったことによる。
- ・ 受託経費については VJC 事業や通訳案内士試験事業に係る経費の増加により計画額に対して 388 百万円の増となった。
- ・ また、人件費については新人事制度導入による給与見直し等により、43 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、通信費や運搬費の見直し、一般競争入札の活用及び本部事務所借家料の引下げ等により、前年度に比べ 1 百万円の減となったものの、計画額に対しては 4 百万円の増となった。これは、海外事務所移転等に伴う諸掛の発生や円安の影響で増加したこと等による。
- ・ 一般勘定の 18 年度の当期利益金は 4 百万円となった。(表 2)

主な利益要素は事業等に係る収支差等の 5 百万円と為替利益等財務収益の 6 百万円である。これに対し、主な損失要素は固定資産除却損 6 百万円である。なお、為替利益は、海外事務所の外貨建資産の円貨換算額が円安の結果、増加したこと等による。

<交付金勘定>

平成 18 年度の収入は、寄附者からの寄附額が減少したことにより、計画額 9 億 97 百万円に対して 7 億 34 百万円減の 2 億 63 百万円となっている。(表 1)

支出については、交付金交付額の減及び委員手当や旅費等事業経費の節減により、計画額 9 億 97 百万円に対して 7 億 9 百万円減の 2 億 89 百万円となっている。(表 1)

交付金勘定の損益については、大型の国際会議開催が減り、上記の通り収益、費用とも減少するなかで、0.2 百万円の当期利益金となった。(表 2)

表1 予算

[一般勘定]

(単位：百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<収入>			
運営費交付金	2,267	2,267	0
賛助金・コンベンション協賛金収入	357	266	△ 91
事業収入	332	740	408
事業外収入	7	20	13
計	2,963	3,293	330
<支出>			
業務経費	872	883	△ 10
受託経費	391	779	△ 388
人件費	1,404	1,360	44
一般管理費	296	301	△ 4
計	2,963	3,322	△ 359

[交付金勘定]

(単位：百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<収入>			
寄附金収入	997	263	△ 734
事業外収入	0	0	0
計	997	263	△ 734
<支出>			
交付金事業経費	997	289	709
計	997	289	709

(注) 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	2,963	3,295	△ 331
業務経費	873	857	15
受託経費	391	770	△ 379
一般管理費	1,698	1,647	52
減価償却費	1	20	△ 19
財務費用	—	0	0
臨時損失	—	6	△ 6
当期利益金	0	4	△ 4
計	2,963	3,305	△ 342
<収益の部>			
運営費交付金収益	2,266	2,242	△ 24
国際観光振興事業収入	689	1,027	339
資産見返運営費交付金戻入	1	9	8
資産見返補助金戻入	—	11	11
資産見返寄附金戻入	—	1	1
事業外収益	7	14	7
臨時利益	—	0	0
計	2,963	3,305	342

[交付金勘定]

(単位：百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<費用の部>			
経常費用	997	289	709
交付金事業経費	997	289	709
当期利益金	0	0	0
計	997	289	708
<収益の部>			
寄附金収入	997	289	△ 708
事業外収益	0	0	0
計	997	289	△ 708

(注) 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	2,963	3,312	△ 349
投資活動による支出	—	39	△ 39
次期への繰越金	0	545	△ 545
計	2,963	3,896	△ 933
<資金収入>			
業務活動による収入	2,963	3,203	239
運営費交付金による収入	2,267	2,267	0
賛助金・コンベンション協賛金収入	357	266	△ 91
事業収入	332	640	308
事業外収入	7	30	22
投資活動による収入	—	4	4
前期からの繰越金	0	689	689
計	2,963	3,896	932

[交付金勘定]

(単位：百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<資金支出>			
業務活動による支出	997	286	711
次期への繰越金	0	178	△ 178
計	997	465	533
<資金収入>			
業務活動による収入	997	263	△ 734
寄附金収入	997	263	△ 734
事業外収入	0	0	0
投資活動による収入	—	15	15
前期からの繰越金	0	187	187
計	997	465	△ 533

(注) 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】 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. 重要な財産を譲渡し、又は担保にする計画

【中期目標】 項目なし

【中期計画】 計画なし

【年度計画】 計画なし

【該当なし】

6. 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】

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】 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

中期計画の達成に向けて平成 16 年度に導入した人事制度に基づき給与等の処遇、人事配置等を実施することとした。

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

「1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置、(2)職員の意欲向上と能力啓発」の、「②当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し」を参照。

7. 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】

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】

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

【年度計画】

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

① 年度計画における目標設定の考え方

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

② 当該年度における取り組み及び中期目標達成に向けた次年度以降の見通し

- ・ 賛助団体、会員に対して提供するサービス内容について、日常業務、CSI 調査結果等を通じ常に見直しを行い、インバウンド旅行振興フォーラム開催、JNTO ニュースフラッシュ送信等の手段により、拠出者に対する受益者の説明責任を果たした。
- ・ 11月から3月にかけて10箇所の地方運輸局及びその周辺の地方自治体を訪問し、JNTOの事業説明を行うとともに、今後の協力を要請した。
- ・ 本年度に開始した賛助団体、会員との交流勉強会を、次年度以降も積極的に開催する。JNTOのサービス内容を説明するとともに、先方のニーズを把握の上、賛助団体・会員サービスを適切に運用し、賛助金・会費の拠出に対する理解を深めて頂く。

7. 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

査証発給手続きの簡素化・迅速化、輸送力(航空座席の供給量等)の増強等、外国人旅行者の来訪促進に不可欠な施策を実現するために掲げたものである。

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

昨年の、韓国からの訪日客の査証免除恒久化のほか、今後とも観光二国間協議、VJC 現地推進会等の機会を利用して適宜要請を行う。

以上

参 考 資 料

1. VJC 現地推進会の設置状況	74
2. 平成 18年度 VJC 中央事業の実績	75
3. シンガポール事務所の積極的な活動	77
4. JNTO の海外観光宣伝事務所体制	78
5. 訪日旅行満足度調査の概要	79
6. 訪日外国人旅行の経済波及効果調査の概要	82
7. 第 4 回インバウンド旅行振興フォーラム開催報告	84
8. 新たに開設したローカルサイトのトップページ	85
9. 平成 18 年度のフォトライブラリーの利用状況	86
10. ウェブサイトの言語別アクセス数推移	87
11. 平成 18 年度のメディア広報事業の代表的成果	90
12. メディア広報事業実績の内訳	91
13. 米国 CBS ニュース訪日観光紹介番組	92
14. 海外観光宣伝事務所発行のニュースレターの実例(ソウル事務所発行)	93
15. 米国での Japan Travel Specialist(JTS)の画面	94
16. 平成 18 年度のツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)の国籍別質問者数	95
17. 「i」案内所制度	96
18. 平成 18 年度「i」案内所の指定基準	97
19. 全国「i」案内所リスト	99
20. 平成 18 年度「i」サポートセンターのサービス内容	102
21. 平成 18 年度国際会議・インセンティブ旅行誘致成功実績	104
22. 平成 18 年度コンベンション誘致事業協賛都市	107
23. アドバイザリー・コミッティ、特別顧問会議のメンバー	108
24. 平成 18 年度報道発表案件一覧	109
25. 平成 18 年度 JNTO 職員講演・執筆実績	110
26. 運営費交付金の算定ルール	113
JNTO 関連の用語集	115

参考資料1 VJC 現地推進会の設置状況

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

参考資料2 平成 18 年度 VJC 中央事業の実績

市場	事業名
韓国	韓国国際観光展(KOTFA)&韓国アウトバウンド商談会
	日韓交流おまつり及び地方旅行博覧会(釜山国際観光展、冬季スポーツ博覧会等)出展
	教育旅行セミナー
	教育旅行市場調査
	教育旅行招請・懇談会
	訪日ゴルフ招請・商談会
中国	訪日スキー招請(旅行会社・メディア)・商談会
	中国市場における旅行会社企画・販売担当者対象研修事業(訪日スペシャリスト研修育成事業)
	中国国際旅遊交易会(CITM2006)
	訪日教育旅行促進セミナー
	訪日スペシャリスト招請事業
香港	教育旅行関係者招請
	VJC親善大使「イザベラ・リヨン」招請
	ヒーリング・癒しの宿メディア招請
タイ	スキーメディア招請
	DISCOVERY WORLD出展・セミナー・商談会
	日タイ観光交流年キックオフイベント
シンガポール	TTAA旅行博
	NATAS 9月/2007年3月出展
米国	日星観光交流年イベント
	AARP年次総会(アナハイム)
	LA TIMESTラベルショー
	NY TIMESTラベルショーを含むイベントを活用した東海岸プロモーション事業
	その他の有望な旅行博(Autumn Moon Festival等)
	日本語教師世界大会(NYC)
	VJCサイト運営
	JET同窓会組織の活用
	教育旅行促進ツール作成
	大手流通網(カールソン、AMEX/トラベル&レジャー等)の活用
ツアーオペレーター支援	
カナダ	メディア招請
	トロント旅行博覧会
	モントリオール旅行博覧会
	ケベック博覧会
	YVR推進会立上/旅行促進セミナー
	他NTOとの共同プロモーション事業
	JETAA特別代表任命及び教育旅行セミナー実施
メディア招請	
英国	リテラー招請
	WTM2006出展
	Destinations London 2007
	訪日教育旅行セミナー実施
	JETプログラムOBを対象としたセミナー
	「日本の世界遺産」ミニセミナー
	FIT拡大に向けたメディア招請
	BBC取材支援(9月)
	BBC取材支援(1月)
スキー関連メディア招請	
有力紙誌への広告掲載/大手回転寿司チェーンとの連携	

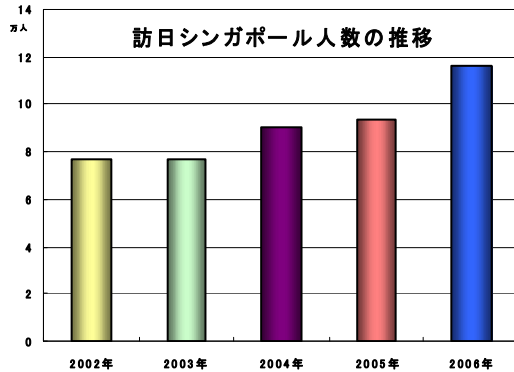
市場	事業名
フランス	TOP RESA2006出展
	SMTパリ2007出展
	JAPAN EXPO2006(パリ)出展
	日本映画「金の太陽」に於けるVJC広報事業
	LE MANS CLASSICSレースを活用したVJCプロモーション事業
	「企業委員会」関連ツアーオペレーター招請
	日本料理をテーマとしたメディア招請
	「アセット日本版」取材支援
	ルモンド日本特集記事 高級紙への広告
ドイツ	ITBベルリン2007出展
	シュツユトガルトCMT2007出展
	ミュンヘン日本祭/ハンブルグ日本夏祭出展
	「第6回ニッポン・コネクション映画祭」に於けるVJC広報事業
	有カツアーオペレーター招請
	リテラー研修
	「鉄道の旅」取材支援
	ドイツポストのデータを活用したDM事業
豪州	日豪交流年イベント
	日豪観光交流の夕べ(追加事業)
	訪日教育旅行セミナー
	スキー販促を目的としたリテラーセミナー実施及びリテラー研修事
	HOLODAY TRAVEL EXPO.出展
	THE SUNDAY MAIL ESCAPE EXPO./HOLIDAY& SNOW SHOW(ブリスベーン)出展
	JETAA対象VJCセミナー実施
	体験型ツアーメディア招請

合計 75 件

※ 国土交通省から直接受託した事業以外の事業も含む。

参考資料3 シンガポール事務所の積極的な活動

Yokoso! Japan Street Festa 2006	5月4日のJNTOシンガポール事務所開所式と同時に、VJCイベント“Yokoso! Japan Street Festa 2006”を開催。市内繁華街、アトリウム・アット・オーチャードにて5月4日～7日まで、VJC及び現地旅行会社12社がブース出展。催し物としてハロー・キティ・ミュージカルショー等のイベントを行い、訪日旅行の魅力を訴えた。
VJC フォト・コンテスト（観光交流年事業）	JATA スマイルフォトコンテストと連携し、新聞広告・ウェブサイトで、日本旅行時に撮影した作品を募集(1,939点)、優秀作品11点を選考。9月30日のNATAS旅行博会場にて表彰式を行った。
訪日教育旅行セミナー	JNTOが主催して、訪日教育旅行をテーマにセミナーを7月中旬に開催。教育関係者が多数来場し、教育旅行目的地としての日本をアピールした。
VJC 日本見つけ隊 招請事業（観光交流年事業）	中学生6名を函館に招請し、地元の中学生との交流事業を実施。JNTOはシンガポール側で教育省と連携し、送り出しに協力した。
NATAS 旅行博 出展事業	年2回、9月と3月に開催されるNATAS旅行博にVJCブースを出展。日本関係の出展団体をジャパン・パビリオンとして取りまとめ、旅行先としての日本をアピールすると同時に、会場では訪日旅行の動向を探るアンケート調査を実施した。
訪日旅行パンフレット制作支援	JNTOでは大手旅行会社が制作する、訪日旅行に特化した自社のパンフレット冊子に対して、記事広告を掲載することで支援を行った。
有望新興市場調査事業①	10月、11月に計3回、有望新興市場のインドに出張を行い、旅行市場の報告書を作成。2月にはデリーで開催された産業見本市IATFに、ジャパン・パビリオンの一員として観光ブースを出展し、訪日プロモーションを実施した。
有望新興市場調査事業②	有望新興市場のマレーシアで開催されるMATTA旅行博に出展し、訪日旅行市場の動向に関する調査を行った。



参考資料4 JNTOの海外観光宣伝事務所体制

	派遣職員数		現地職員数		合計	
	現在	増減	現在	増減	現在	増減
アジア・オセアニア	17	-1	18	-1	35	-2
ソウル	2	-1	4	-1	6	-2
北京	3		3		6	
上海	3		3		6	
香港	3		2		5	
バンコク	2		3		5	
シンガポール	2		1		3	
シドニー	2		2		4	
欧州	7	-1	9		16	-1
ロンドン	3		3		6	
パリ	3		4	+1	7	+1
フランクフルト	1	-1	2	-1	3	-2
米州	11		9	-2	20	-2
ニューヨーク	5		4		9	
ロサンゼルス	4	+1	3		7	+1
サンフランシスコ(閉鎖)	0	-1	0	-2	0	-3
トロント	2		2		4	
全体	35	-2	36	-3	71	-5

(注)職員数は、平成19年3月31日現在。増減数は平成18年3月31日との比較。

参考資料5 訪日旅行満足度調査の概要

目的: 日本を訪れる外国人旅行者の実態を把握することにより、訪日外国人旅行者の誘致戦略の策定や、誘客活動の向上及び、受け入れ体制の整備に資する。

調査対象: 日本旅行を終え、以下の海空港から出国しようとしている滞在期間が2日から6ヶ月以内の外国人旅行者を対象

調査場所: 8空港1海港

(成田、関西、名古屋、新千歳、福岡、那覇、博多港、羽田、仙台)

調査方法: 各空港の出国待合室において、外国語能力を備えた調査員が面接して、質問し、調査員が調査票に回答を記入する。言語が通じない場合は、調査対象者がもっとも回答しやすい言語(英・中国語(繁体字及び簡体字)・韓国語・フランス語・ドイツ語・スペイン語)で標記されている調査票を選び、調査対象者自らが記入する。訪日外客実態調査のQ21からが外国人満足度調査項目となる。

サンプル数: 13,960 票

調査時期: 夏 2006 年7月 11 日～8 月 9 日

秋 10 月 1 日～11 月 1 日

冬 2007 年 2 月 10 日～3 月 8 日

備考: 平成18年度は調査のみ実施。調査票の整理、データ入力、分析等は平成19年度事業。
調査票のサンプルは次ページ参照。

以 上

調査票サンプル ※Q.21 以降が満足度調査の調査項目

訪日外客実態調査

空港 NO	サンプル NO	対象外

Q1. 日本にこられたのは? _____年 _____月 _____日 調査実施: 200 年 _____月 _____日 滞在
 Q2. ご職業は? 1. 米軍人 2. 会社員/公務員 3. 自営業 4. 学生 5. 退職者 6. 主婦 7. その他
 Q3. SQ-1. 居住国・地域は? _____ SQ-2. 米/中国の方、州/省は? _____

Q4. 今回、日本を旅行する目的は? (SA)
 1. 観光のみ 4. 親族・友人訪問のみ 7. インセンティブ 10. ハネムーン
 2. ビジネスのみ 5. 親族・友人訪問と観光 8. 短期研修 11. トランジット
 3. ビジネスと観光 6. 国際会議・見本市参加 9. 修学旅行 12. その他 ()

Q5. 今回の旅で、日本に来る前に他の国を旅されましたか? 1. はい 2. いいえ → 「2」なら Q6へ
 SQ1. 訪日前に訪ねた国・地域 _____ (番号/MA)
 SQ2. 訪日直前に経由した空港は? _____ (番号/SA)
 Q6. 今回の旅で、日本の後に他の国を旅されるご予定ですか? 1. はい 2. いいえ → 「2」なら Q7へ
 SQ1. 訪日後に訪ねる国・地域 _____ (番号/MA)
 SQ2. その際、出国直後に経由する空港は? _____ (番号/SA)

調査員の皆様へ: (以下の項目に1つでも当てはまる場合はここで調査を中止してください。)

1. Q1.の滞在日数が91日以上 2. Q2.の回答が「1.米軍人」 3. Q3.の回答が日本

Q7. 国籍はどちらですか? _____ (番号/MA)
 Q8. ご年齢は?

1. 19歳以下 2. 20~24歳 3. 25~29歳 4. 30~34歳 5. 35~39歳 6. 40~44歳
 7. 45~49歳 8. 50~54歳 9. 55歳~59歳 10. 60~64歳 11. 65~69歳 12. 70歳以上

Q9. 入国港は? 1. 成田 2. 関空 3. 中部 4. 福岡 5. 新千歳 6. 那覇 7. 博多 8. 羽田 9. 仙台 10. その他
 Q10. 入国時に利用された航空会社は? _____ (番号/SA)
 Q11. その航空会社を選んだ理由は? _____ (番号/MA)
 Q12. その時の利用クラスは? 1. エコノミー 2. ビジネス 3. ファースト 4. その他 ()
 Q13. これから(出国時)利用される航空会社・便名は? _____ (番号/SA)
 Q14. 団体旅行(15人以上もしくは添乗員付きの旅行)ですか、それとも個人旅行ですか? 1. 団体旅行 2. 個人旅行
 Q15. パッケージツアーを利用されましたか。 1. 利用 2. 非利用
 Q16. 今回、日本旅行には何人できましたか(あなた自身を含む)。 _____人
 Q17. 誰と?(MA) 1. 自身 2. 友人 3. 恋人/配偶者 4. 同僚 5. 家族 6. 親戚と 7. その他

Q18. 日本国内の移動で利用した(主な)航空会社は? _____ (番号/MA)
 Q19. 日本を訪れたのは何回目ですか(今回を含む)。 _____回目 そのうち観光では _____回目
 Q20. 今回、日本を旅行しようと思った理由は何ですか。(3つまで)

1. 日本訪問への憧れ	7. 都市の魅力/現代性	13. 産業観光	20. 技術研修、工場見学
2. ショッピング	8. 祭り/イベント	14. 日本の食事	21. 自社の本支店訪問
3. 日本人とその生活	9. ゴルフ	15. 避暑/避寒	22. その他ビジネス関連
4. 伝統文化/歴史的施設	10. スキー	16. 映画、ドラマ、小説など	23. 特に無し
5. 自然・景勝地	11. その他スポーツ	17. 博物館/美術館	19. その他
6. 温泉/リラックス	12. 日本語/日本文化習得	18. テーマパーク	()

Q21. 日本を訪ねる前の日本の印象は？（番号/3つまで）

Q22. 日本を訪ねた後の日本の印象は？（番号/3つまで）

Q23. 今回の日本旅行で訪れた場所はどこですか。 **まずこの2つだけを先に聞いてください。**

- SQ1. その場所には何泊しましたか。
 SQ2. その場所を訪れたのは何回ですか。
 SQ3. 友人・知人に勧めたい場所は？（3つまで、1番～3番まで順位をつけて）
 SQ4. 勧めたい理由（番号/MA）
 SQ5. 期待はずれだった場所は？（3つまで、1番～3番まで順位をつけて）
 SQ6. 期待以下だった場所の理由（番号/MA）

	Q23	SQ1	SQ2	SQ3	SQ4	SQ5	SQ6
No	場所名	宿泊数	回数	勧めたい	○理由	期待はずれ	×理由
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
総宿泊日数		← Q1 滞在日数チェック					

Q24. 今回の日本の旅行にどの程度満足していますか。あなたの気持ちを5段階で評価してください。

1. 大変満足 2. 満足 3. どちらともいえない 4. 不満足 5. 大変不満

Q25. 今後、観光目的で日本を再び訪れたいと思いますか。

1. ぜひ来たい 2. 来たい 3. どちらともいえない
 4. あまり来たくない 5. 全く来たくない → **Q28へ**

Q26. 観光で日本を再び訪れたいと思う理由は何ですか。当てはまるものを3つまで。

1. 日本訪問への憧れ	6. 温泉/リラックス	11. その他スポーツ	16. 映画、ドラマ、小説など
2. ショッピング	7. 都市の魅力/現代性	12. 日本語/日本文化習得	17. 博物館/美術館
3. 日本人とその生活	8. 祭り/イベント	13. 産業観光	18. テーマパーク
4. 伝統文化/歴史的施設	9. ゴルフ	14. 日本の食事	19. その他
5. 自然・景勝地	10. スキー	15. 避暑/避寒	()

Q27. 今後、観光目的で日本を再び訪れる場合の同行者は？

1. 自身 2. 友人 3. 恋人/配偶者 4. 同僚と 5. 家族で 6. 親戚と 7. その他

Q28. 他国に比べた日本の魅力を一言で表すとしたら？（番号/3つまで）

Q29. 今回の日本旅行で、日本国内のみで自分1人が消費した額は？

（現金、T/C、クレジットカード、すべて含む）

通貨単位

Q30. 旅行費用を負担されたのはどなたですか？ 1. ご自身 2. 会社 3. 家族 4. その他

調査員名： _____ 対象者性別： 1. 男 2. 女 1. 夏 2. 秋 3. 冬

参考資料6 訪日外国人旅行の経済波及効果調査の概要

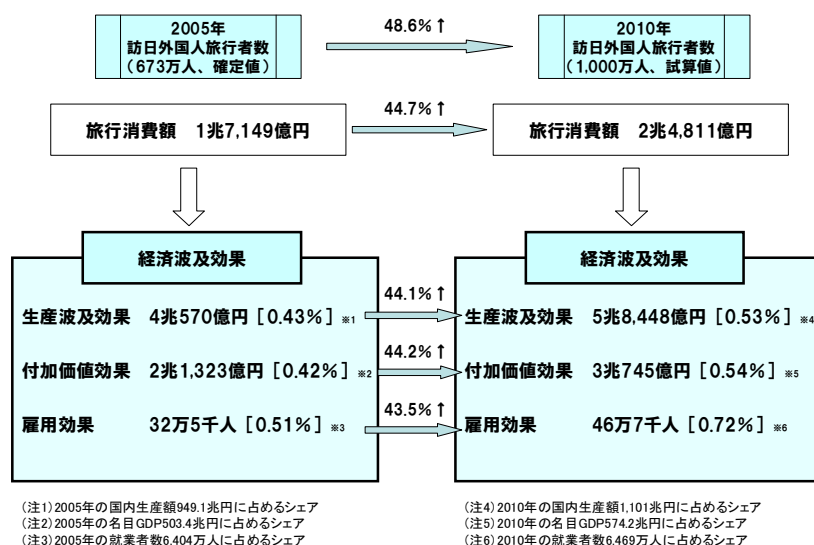
1. 2005年の経済波及効果

- ・ 財務省/日本銀行の国際収支統計を基に、2005年の訪日外国人旅行の消費額1兆7,149億円を算出。
- ・ この消費額1兆7,149億円がもたらす経済効果は、間接効果も含めて、生産波及効果¹が4兆570億円、付加価値効果²が2兆1,323億円、雇用効果³が32万5千人と推計される。

2. 2010年の経済波及効果

- ・ 「JNTO 訪日外客消費動向調査 2005」の結果と2005年及び2010年の訪日外国人旅行者数(2010年はJNTO 試算値)から、2010年の訪日外国人旅行の消費額を算出するための伸び率を算出。
- ・ 財務省/日本銀行の国際収支統計に基づく訪日外国人旅行の消費額1兆7,149億円に上記伸び率をかけ合わせ、2010年の消費額(2兆4,811億円)を推計。
- ・ この消費額2兆4,811億円がもたらす経済波及効果は、間接効果も含めて、生産波及効果が5兆8,448億円、付加価値効果が3兆745億円、雇用効果が46万7千人と推計される。

図表1 2005年及び2010年の訪日外国人旅行による経済波及効果



¹ 生産波及効果とは、特定の需要(ここでは訪日外国人旅行)によって誘発される各産業の生産額(の合計)を指す。

² 付加価値効果とは、生産額の増加に伴い誘発される付加価値を指す。生産波及効果から、原材料等中間投入額を差し引いたものが、付加価値効果となる。

³ 雇用効果とは、生産額の増加に伴い誘発される就業者数を指す。

図表 2 2005 年及び 2010 年の訪日外客数

	2005年確定値		2010年試算値	
	実数(人)	シェア	実数(人)	シェア
韓国	1,747,171	26.0%	2,744,000	27.4%
台湾	1,274,612	18.9%	1,510,000	15.1%
米国	822,033	12.2%	940,000	9.4%
中国	652,820	9.7%	1,990,000	19.9%
香港	298,810	4.4%	399,000	4.0%
英国	221,535	3.3%	240,000	2.4%
その他	1,710,945	25.5%	2,177,000	21.8%
計	6,727,926	100.0%	10,000,000	100.0%

(注1)2005年の訪日外客数は、JNTO発表の確定値。

(注2)2010年の訪日外客数は、過去のトレンドや今後の市場の成長性などを基に、2010年訪日外国人旅行者1,000万人達成時の国籍別内訳数を、JNTOが独自に試算した。

参考資料7 第4回インバウンド旅行振興フォーラム開催報告

平成19年2月9日、JNTOは「第4回インバウンド旅行振興フォーラム」を東京の新高輪プリンスホテルで開催しました。全国から地方自治体、宿泊施設、旅行会社、運輸機関など、JNTOの賛助団体及び会員の皆様を中心とした300名の方々にご出席いただきました。

前回に引き続き今回のフォーラムでも、「事業報告会」として、賛助団体・会員の皆様に18年度の実績報告と19年度の事業計画をご説明する機会を設ける事で、JNTOの活動をよりご理解いただけるよう取り組みました。加えて、毎年ご好評を頂いております海外事務所長との「個別相談会」を、賛助団体・会員の皆様を対象に、午前9時30分から午後6時10分まで、前回よりも時間を拡大して開催しました。

午後には各海外事務所長による「市場説明会」も同時開催しました。さらに、初めての試みとして、皆様からのお問い合わせの多い、インバウンド統計に関する説明も行いました。また、当日の夜に開催した「交流会」にも、多くの皆様にご参加いただき、意見交換、ビジネスコンタクトの場として、この機会をご活用いただきました。

ご参加いただきました皆様には心より御礼申し上げます。



<受付>



<個別相談会>



<市場説明会>



<交流会>

JNTOウェブサイト(http://www.jnto.go.jp/info/htmls/inbound_forum2007.html)から転載。

参考資料9 平成18年度のフォトライブラリーの利用状況

ダウンロード件数画像別上位 10 位(海外版)

順位	印刷用	件数	壁紙用	件数
1	新宿(東京)	221	円光寺(京都)	948
2	富士山と桜(山梨)	214	栗林公園(香川)	793
3	金閣寺(京都)	196	富士山と桜(山梨)	721
4	円光寺(京都)	192	新宿(東京)	684
5	銀座(東京)	160	室生寺(奈良)	640
6	栗林公園(香川)	153	芦ノ湖(神奈川)	635
7	大阪城(大阪)	148	嵯峨野(京都)	559
8	宮島花火大会(広島)	132	京都祇園(京都)	511
9	奈良公園(奈良)	128	金閣寺(京都)	506
10	吉野(奈良)	125	吉野(奈良)	490

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

順位	都道府県	件数
1	京都	9,968
2	東京	9,434
3	静岡	7,118
4	奈良	5,715
5	大阪	4,216
6	北海道	4,040
7	山形	2,904
8	神奈川	2,689
9	岡山	2,562
10	広島	2,520

参考資料10 ウェブサイトの言語別アクセス数推移

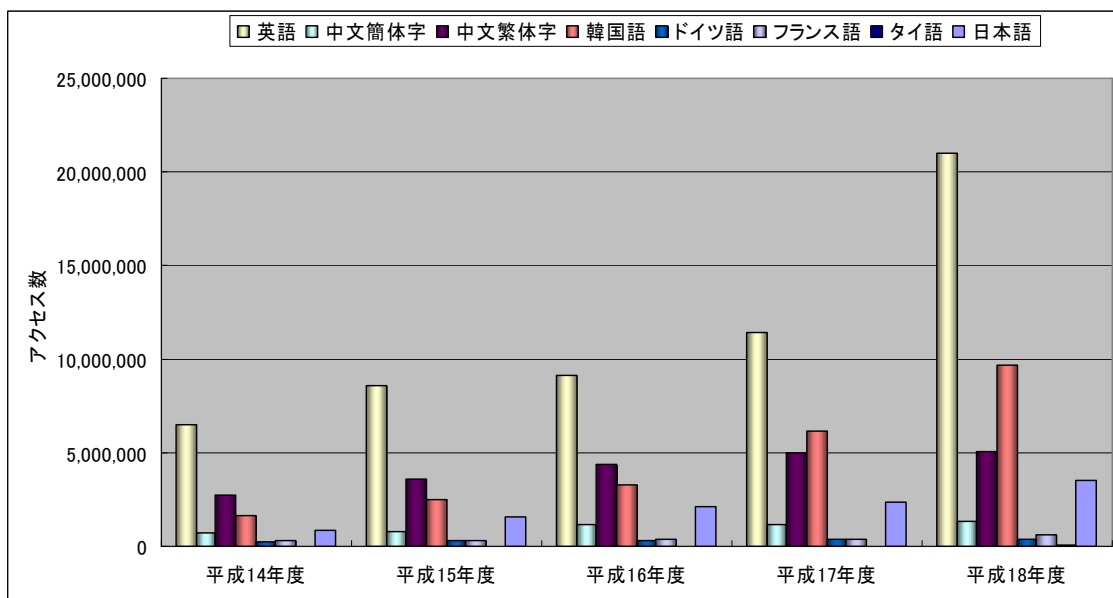
平成14年度～平成18年度のJNTOウェブサイト言語別アクセス数(pv)

	平成14年 度	平成15年 度	平成16年 度	平成17年 度	平成18年 度	平成18年度増加率	
						対平成14年	対平成17年
英語	6,490,429	8,591,221	9,136,766	11,369,768	21,010,802	223.7%	84.8%
韓国語	1,672,979	2,493,876	3,277,092	6,164,634	9,726,591	481.4%	57.8%
中文繁体字	2,727,849	3,597,718	4,362,552	5,037,615	5,056,723	85.4%	0.4%
中文简体字	728,780	796,724	1,149,894	1,140,272	1,304,240	79.0%	14.4%
ドイツ語	198,947	305,887	314,199	368,812	411,213	106.7%	11.5%
フランス語	276,408	335,467	352,968	358,969	595,823	115.6%	66.0%
タイ語	---	---	---	---	57,861	---	---
日本語	881,760	1,570,161	2,090,896	2,381,772	3,495,931	296.5%	46.8%

※上記以外に各言語に分類しないアクセスがある。その為、上記言語別の合計アクセス数は 4400 万 pv にならない。

※日本語による観光情報の提供は行っていない。

※タイ語は平成19年1月に新規開設。



言語別地域観光情報アクセスランキング(上位 20 位)

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

※網掛は都内の観光地。

※地域観光情報は英、中文(繁体字、簡体字)、韓の4言語で提供。

※英語は「皇居・丸の内・霞ヶ関」を、「皇居周辺」と「東京中心部(丸の内・霞ヶ関)」に分割。

JNTO ウェブ地域観光情報閲覧端末の所在国ランキング(上位 20 位)

順位	英語		韓国語		中文簡体字		中文繁体字	
1	アメリカ合衆国	22.5%	韓国	88.2%	中国	44.4%	台湾	46.2%
2	日本	19.5%	アメリカ合衆国	6.9%	日本	21.5%	香港	39.9%
3	シンガポール	11.3%	日本	3.5%	アメリカ合衆国	7.9%	中国	3.5%
4	オーストラリア	5.4%	シンガポール	0.2%	香港	7.4%	アメリカ合衆国	3.1%
5	タイ	5.3%	カナダ	0.2%	台湾	4.4%	日本	2.9%
6	香港	4.8%	中国	0.2%	シンガポール	4.1%	カナダ	1.1%
7	台湾	4.4%	台湾	0.1%	マレーシア	2.7%	マカオ	0.8%
8	カナダ	3.9%	オランダ	0.1%	カナダ	1.0%	オーストラリア	0.6%
9	イギリス	3.5%	スウェーデン	0.1%	オーストラリア	1.0%	シンガポール	0.4%
10	マレーシア	1.7%	ドイツ	0.1%	イギリス	0.8%	マレーシア	0.3%
11	フランス	1.3%	オーストラリア	0.1%	タイ	0.7%	イギリス	0.2%
12	欧州連合	1.3%	タイ	0.0%	スウェーデン	0.6%	スウェーデン	0.1%
13	ドイツ	1.2%	香港	0.0%	韓国	0.6%	韓国	0.1%
14	韓国	1.2%	欧州連合	0.0%	ドイツ	0.5%	ニュージーランド	0.1%
15	スペイン	1.1%	アラブ首長国連邦	0.0%	ニュージーランド	0.3%	タイ	0.1%
16	中国	1.0%	スペイン	0.0%	ノルウェー	0.3%	フランス	0.1%
17	オランダ	1.0%	イギリス	0.0%	欧州連合	0.2%	欧州連合	0.1%
18	イタリア	0.8%	フランス	0.0%	フランス	0.2%	ドイツ	0.1%
19	スウェーデン	0.6%	インドネシア	0.0%	スペイン	0.2%	オランダ	0.0%
20	スイス	0.5%	イタリア	0.0%	スイス	0.2%	フィリピン	0.0%

※JNTO ウェブ地域観光情報を閲覧した端末が所属する国のランキング。

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

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

参考資料11 平成18年度のメディア広報事業の代表的成果

国・地域名	媒体名(種類)	発行部数又は視聴者数	記事・番組概要
韓国	中央M&B WEEKLY(FRIDAY) (週刊誌)	10万部	日本代表温泉地として韓国で一番知られている地方として九州紹介。九州6県の有名旅館・ホテル17箇所を表紙も含め61ページにわたって掲載。
中国	玩家 (月刊誌)	39万部	47ページにわたり最新のアートやアニメ、また都内を宿泊、食、観光、買い物と分類し全て鮮明な写真入りで紹介。歴史と最新文化両面から東京の魅力を総合的に映し出している。
中国	上海東方電視台 文芸チャンネル『東京印象』(テレビ)	780万人	『素顔の日本』を多角的に紹介する30分の週刊テレビ番組。東京を出発し中央道沿線(山梨県・長野県・愛知県)の様々な観光魅力や地域色豊かな体験の数々を人気レポーターが4週連続の特集版で楽しく案内する。
中国(香港)	Next Magazine (週刊誌)	14.5万部	香港で根強い人気のある目的地東京の新名所であるキザニア、ラゾーナ川崎、ららぽーと豊洲などをカラフルな写真と最新情報を共に魅力的に紹介。
タイ	R-U-GO (旅行専門月刊誌)	5万部	2ヵ月連続で合計20ページのフルカラーで奈良と大阪を紹介。奈良では東大寺、春日大社といった名所等、大阪では海遊館や手塚治虫記念館などを魅力的な写真と共に幅広く紹介。
シンガポール	My Paper (日刊無料誌)	1.5万部	中国語の無料タブロイド誌。紙面3ページを割いて、鎌倉の観光スポット7箇所と湘南の観光スポット4箇所を紹介。(大仏、長谷観音寺、鶴ヶ丘八幡神社、江ノ島、江の電など。)
オーストラリア	The Weekend Australian (日刊紙・週末版)	29万部	白馬、志賀高原および東京などを紹介し、それぞれのスキー場と観光地の見所を併せて紹介。
カナダ	The Vancouver Sun (日刊紙)	24万部	日本への旅行について、宿泊、食事、交通、イベント等の具体例を紹介しつつ、その割安感を指摘。築地魚市場のユニークな魅力も写真入りで紹介。
米国	CBS - All Access Show (テレビ)	280万人	視聴者の中から選ばれたゲストが、明治神宮、秋葉原、向島などで日本の伝統と先端文化について、盛り沢山の体験をする様子を紹介。
米国	East Entertainment Magazine (中華系月刊誌)	3万部	コンテストで選出された読者モデル男女4人が等身大の日本を豊富な写真で8回にわたり連続紹介。東京、箱根、熱海、神戸、京都、関西の主要スポットの文化、食、観光地を網羅している。
英国	The Guardian (日刊紙)	39万部	表参道、新宿など、東京の最新スポットを紹介するカラー写真付きの東京の紹介記事。筆者が宿泊したホテルについても詳しく文中で紹介。
ドイツ	abenteuer und reisen (雑誌)	12.5万部	観光地情報だけでなく、生活、文化、食等の最新情報など多岐にわたって紹介する旅行雑誌。10ページにわたり、多くの写真とともに東京各地の風景を始め、伝統文化・風習から最新事情・施設まで、様々な切り口から盛りだくさんの観光魅力を紹介。
フランス	Le Monde (日刊紙)	49万部	奈良と京都を、それぞれの魅力を対比させながら、文化遺産と観光の中心地となっている古都の傑作として紹介。
英国	BBC3 Japanorama2 (テレビ)	290万人	2002年に放映され好評を博した日本のポップカルチャーを紹介するTVシリーズ「Japanorama」の第2弾。人気司会者が、マンガ、ファッション、音楽、テクノロジー、映画など日本のポップカルチャーの最新トレンドを紹介。
韓国	JAPAN TV (日本専門ケーブルテレビ)	700万世帯	「ようこそ日本へ」と題した、日本の魅力を紹介するコマーシャル。視聴者の日本旅行へのモチベーションを向上させる内容。2006年6月～9月まで3ヶ月に亘って放送。
英国	ITV (テレビ)	200万人	司会者による日本での体験を綴った1時間番組。メイドカフェ、コスプレイベントといったポップカルチャー、寺院での尼僧体験、芸者体験など盛りだくさんの実体験を通じて、日本の魅力に迫る内容。

参考資料12 メディア広報事業実績の内訳

媒体の種類		地域					合計
		米州	欧州	豪州	アジア	その他	
ガイドブック	メディア広報事業	1件	2件	0件	5件	1件	9件
	海外プロモーション事業	0件	0件	0件	0件	0件	0件
	海外事務所独自事業	0件	0件	0件	2件	0件	2件
	VJC事業	0件	0件	0件	1件	0件	1件
新聞・雑誌	メディア広報事業	73件	111件	19件	43件	2件	248件
	海外プロモーション事業	5件	7件	8件	8件	0件	28件
	海外事務所独自事業	222件	305件	12件	358件	0件	897件
	VJC事業	22件	57件	11件	58件	0件	148件
テレビ・ラジオ	メディア広報事業	6件	5件	6件	36件	1件	54件
	海外プロモーション事業	0件	0件	0件	9件	0件	9件
	海外事務所独自事業	7件	10件	0件	15件	0件	32件
	VJC事業	2件	2件	0件	1件	0件	5件
その他	メディア広報事業	9件	7件	0件	8件	1件	25件
	海外プロモーション事業	3件	1件	1件	3件	0件	8件
	海外事務所独自事業	40件	51件	1件	199件	0件	291件
	VJC事業	2件	1件	5件	30件	0件	38件
合計	メディア広報事業	89件	125件	25件	92件	5件	336件
	海外プロモーション事業	8件	8件	9件	20件	0件	45件
	海外事務所独自事業	269件	366件	13件	574件	0件	1222件
	VJC事業	26件	60件	16件	90件	0件	192件

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

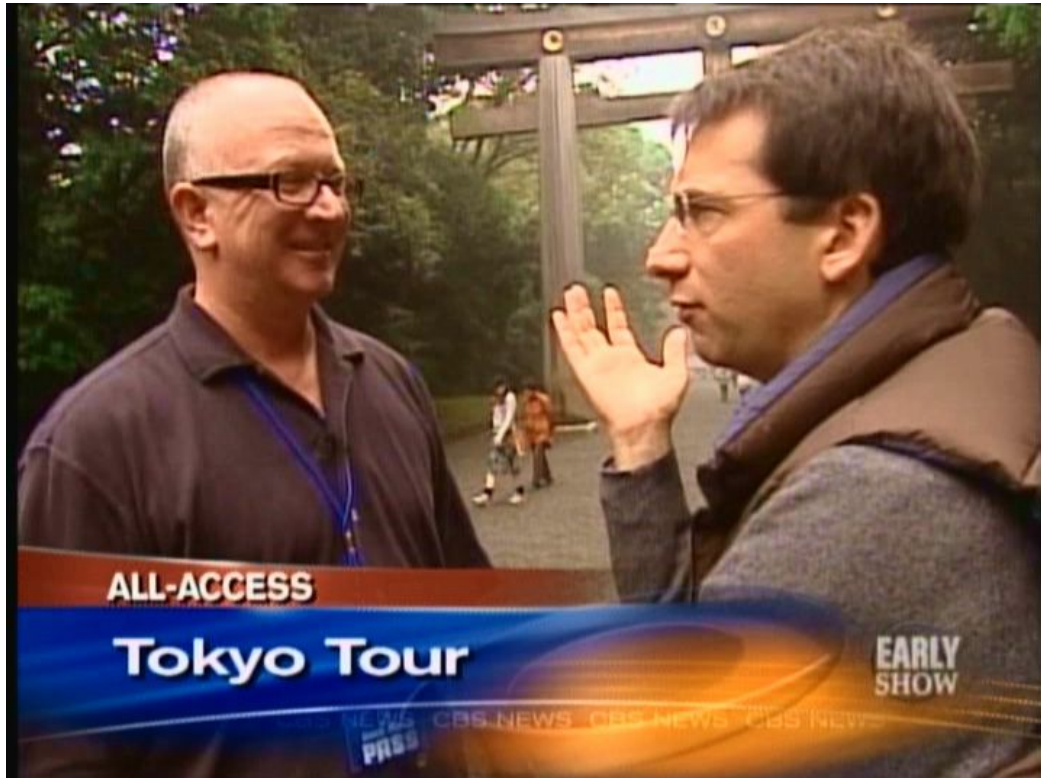
* 実績値には、前年度以前に取材協力・招聘した成果が含まれる。

参考資料13 米国 CBS ニュース訪日観光紹介番組

2006年10月31日放送 CBSニュース「All Access Show」

紹介地：東京(明治神宮、新宿、秋葉原、向島、築地、銀座他)

視聴者数：280万人



《放送内容要約》

早朝サンフランシスコに集まった視聴者の中から当選した1名(写真左)が、そのままファーストクラスに搭乗し、空路東京に到着。翌朝から日本観光を開始した。

明治神宮では伝統的社社の雰囲気と美しい日本庭園での朝の散策を楽しみ、新宿のデパートでは、地下食料品売り場で日本中から集まった食材を楽しんだ。その後、米国で人気の高い日本のポップカルチャーの本場である秋葉原を訪れ、メイドカフェで楽しくティータイムを過ごし、その後、訪れた免税店では最新型デジカメをプレゼントされた。午後には、浅草を訪問し、浅草寺界隈で日本の伝統文化を堪能、さらに、向島の高級料亭で伝統の懐石料理や芸妓によるおもてなしを体験した。

二日目の早朝には築地市場を訪問し、魚市場の活気に触れた後、再び秋葉原を訪れ、東京アニメセンターで「ポケモン」のアフレコ体験を楽しんだ。伝統文化とポップカルチャー、日本文化の持つ二つの側面を十分体験した今回の旅行は、「All Access Show シリーズの最後を飾るにふさわしい」と司会者の Price 氏(写真右)も絶賛であった。



JNTO TOPICS VOL.77(2007.3.26)

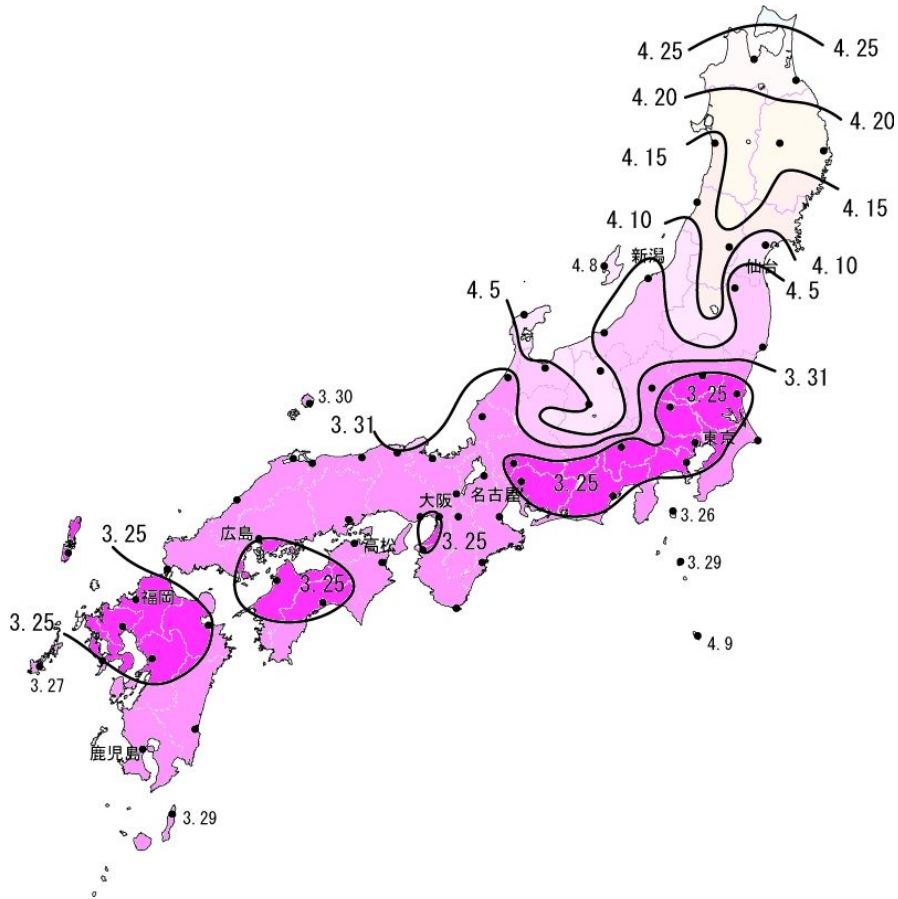
1. 최신정

2007 年桜開花情報

2007 年 벚꽃개화 예상일(3 월 20 일 발표)

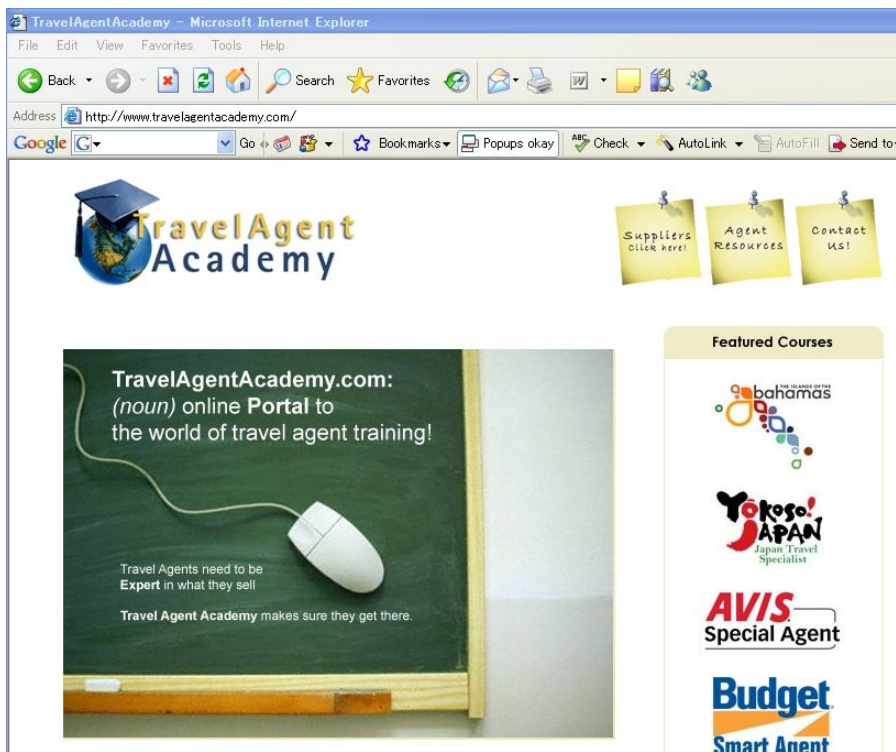
일본 기상청에서 3 월 20 일에 발표한 올해의 벚꽃개화 예상일을 알려드립니다. 홋카이도지방은 현재 미발표입니다. 아래의 일정으로 계속 안내 드리겠습니다.

- 홋카이도 4 월 11 일 발표

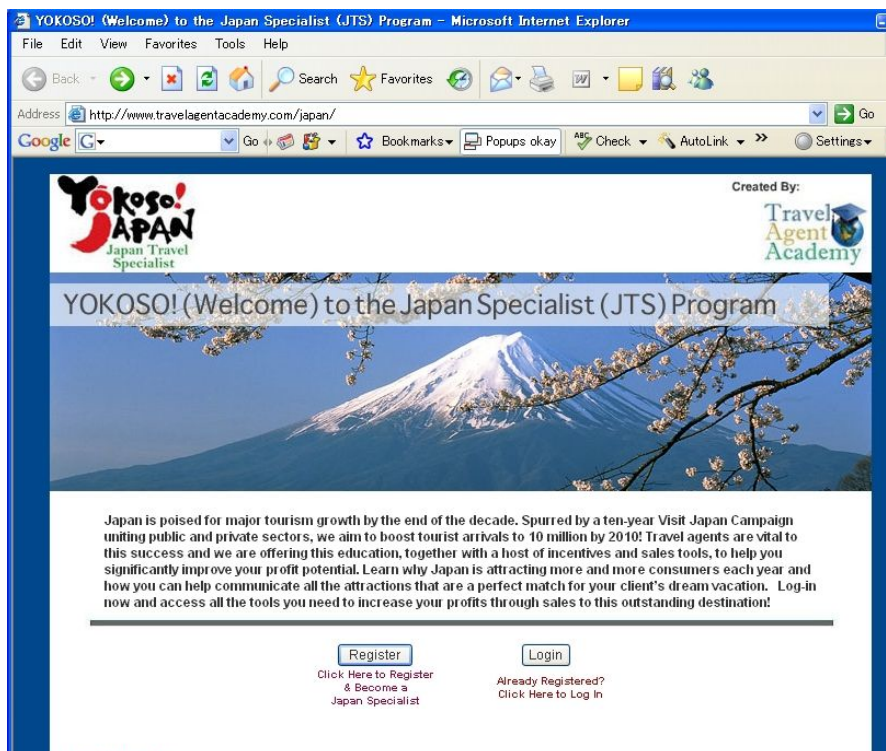


지역	예상개화일	평년개화일	차	지역	예상개화일	평년개화일	차
[도호쿠]				[긴키]			
센다이(仙台)	4 월 6 일	4 월 12 일	-6	오사카(大阪)	3 월 25 일	3 월 30 일	-5
아오모리(青森)	4 월 22 일	4 월 26 일	-4	히코네(彦根)	3 월 29 일	4 월 4 일	-6

参考資料15 米国での Japan Travel Specialist(JTS)の画面



<http://www.travelagentacademy.com/> で Yokoso! Japan ロゴをクリック。



ログインボタンをクリックし、IDとパスワードを入力し学習開始。

参考資料16 平成18年度のツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)の国籍別質問者数

<地域別の質問者数>

順位	地域	人数	構成比
1	西ヨーロッパ	13,087	45.1%
2	北米	5,797	20.0%
3	アジア	5,474	18.9%
4	オセアニア	3,095	10.7%
6	中南米	558	1.9%
5	中近東	481	1.7%
7	東ヨーロッパ	475	1.6%
8	アフリカ	66	0.2%
	国籍不明	0	0.0%
	合計	29,033	100.0%

<国籍別の質問者数>

順位	国名	人数	構成比
1	米国	4,452	15.3%
2	英国	3,523	12.1%
3	日本人	3,032	10.4%
4	フランス	2,839	9.8%
4	オーストラリア	2,839	9.8%
6	ドイツ	1,867	6.4%
7	カナダ	1,345	4.6%
8	スペイン	952	3.3%
9	イタリア	758	2.6%
10	スイス	660	2.3%
11	韓国	553	1.9%
12	オランダ	526	1.8%
13	シンガポール	480	1.7%
14	スウェーデン	458	1.6%
15	イスラエル	404	1.4%
16	フィンランド	377	1.3%
17	インド	355	1.2%
18	オーストリア	290	1.0%
19	香港	288	1.0%
20	ニュージーランド	231	0.8%
21	マレーシア	208	0.7%
22	メキシコ	207	0.7%
23	デンマーク	194	0.7%
24	アイルランド	192	0.7%
25	ベルギー	184	0.6%
26	ブラジル	153	0.5%
27	ノルウェー	146	0.5%
28	チェコ	120	0.4%
29	タイ	118	0.4%
30	台湾	117	0.4%
31	中国	112	0.4%
32	ポーランド	111	0.4%
33	インドネシア	78	0.3%
34	フィリピン	75	0.3%
35	ロシア	54	0.2%

順位	国名	人数	構成比
36	ポルトガル	52	0.2%
37	ルーマニア	47	0.2%
38	アルゼンチン	42	0.1%
39	コロンビア	34	0.1%
39	トルコ	34	0.1%
41	ギリシャ	32	0.1%
41	南アフリカ	32	0.1%
43	イラン	26	0.1%
43	スロバキヤ	26	0.1%
45	ハンガリー	25	0.1%
46	グアテマラ	24	0.1%
47	パキスタン	23	0.1%
48	チリ	21	0.1%
48	リトアニア	21	0.072%
50	ヴェネゼラ	20	0.069%
51	エクアドル	15	0.052%
51	ラトビア	15	0.052%
53	ニューカレドニア	14	0.048%
54	エストニア	13	0.045%
55	ルクセンブルグ	10	0.034%
55	アイスランド	10	0.034%
55	ケニヤ	10	0.034%
58	スリランカ	9	0.031%
59	ペルー	8	0.028%
59	スロベニア	8	0.028%
61	トリニダード・トバゴ	7	0.024%
61	ウクライナ	7	0.024%
63	コスタリカ	6	0.021%
63	アンドーラ	6	0.021%
63	エジプト	6	0.021%
63	モーリシャス	6	0.021%
63	タヒチ	6	0.021%
63	バングラデシュ	6	0.021%
63	ブルガリア	6	0.021%
70	ブエルトリコ	5	0.017%

順位	国名	人数	構成比
70	ジャマイカ	5	0.017%
70	リヒテンシュタイン	5	0.017%
70	レバノン	5	0.017%
70	マケドニア	5	0.017%
75	サウジアラビア	4	0.014%
75	シリア	4	0.014%
75	ガーナ	4	0.014%
75	バプアニューギニア	4	0.014%
75	ミャンマー	4	0.014%
75	ベトナム	4	0.014%
75	ラオス	4	0.014%
75	ベラルーシ	4	0.014%
83	パナマ	3	0.010%
83	マルタ	3	0.010%
83	キプロス	3	0.010%
83	ネパール	3	0.010%
83	クローアチア	3	0.010%
83	セルビア	3	0.010%
83	カザフスタン	3	0.010%
90	エルサルバドル	2	0.007%
90	ウルグアイ	2	0.007%
90	バルバドス	2	0.007%
90	クウェート	2	0.007%
90	キプロス	2	0.007%
90	チュニジア	2	0.007%
90	モロッコ	2	0.007%
90	カンボジア	2	0.007%
90	モルジブ	2	0.007%
90	ボスニア	2	0.007%
100	ボリビア	1	0.003%
100	アンティグア・バーブーダ	1	0.003%
100	アルジェリア	1	0.003%
100	ナイジェリア	1	0.003%
100	ウガンダ	1	0.003%
100	アンゴラ	1	0.003%
100	ミクロネシア	1	0.003%
100	アフガニスタン	1	0.003%
100	グルジア	1	0.003%
100	モンテネグロ	1	0.003%

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

参考資料17 「i」案内所制度



(支笏湖ビジターセンター<北海道>)



(いきいき KAN <富山>)

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

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

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

「i」案内所は、地方自治体などの公的団体や鉄道会社等、官民を問わずさまざまな組織が運営を行っており、平成 18 年 02 月現在、全国に 131 箇所あります。

また、JNTOは、外国人旅行者が最も集中する東京において、ツーリストインフォメーションセンター(TIC)を運営し、「i」案内所が行う着地情報の提供に加えて、全国の観光案内所の中核的存在として、日本についての一般基本情報、全国各観光地の概要等も含めた総合観光情報を提供しています。同時に、TIC 内には「i」サポートセンターを設置し、全国の「i」案内所への全面的なバックアップ体制をとっています。

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



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

1. 運営主体

地方公共団体、観光連盟(協会)、運輸機関等外客受け入れに対して積極的に取り組んでいる団体が運営する案内所であること。

2. 立地

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

3. 表示等

- (1) 交通拠点より案内所に至るまでの間、英文、ピクトグラム(絵文字)等による誘導表示が整備されていること。
- (2) 案内所の目につきやすいところに、英語で“INFORMATION”または“TOURIST INFORMATION”等の表示あるいは看板が設置されていること。「i」案内所指定後はJNTOが提供する「i」案内所のシンボルマークを掲示すること。
- (3) 交通拠点に設置してある案内板等に案内所の所在箇所を分かりやすく表示すること。

4. 施設

- (1) 対面式の案内所施設であること。
- (2) 質問待ちの人々が通行人の妨げとならないよう、客溜まりのスペースがあることが望ましい。

5. 設備及び物品

(1) 基本的に必要な設備及び物品

- ① 外国人観光客対応用カウンター
- ② 外客用パンフレット、地図
- ③ 外国人観光客が取りやすいパンフレットケース
- ④ 複写機
- ⑤ 外客用情報ファイル
- ⑥ 電話番号帳
- ⑦ 交通機関の時刻表

※但し、⑤～⑦については、インターネット等で常に最新の情報が入手できる状態であればなくてもよい。

(2) 備えておくことが望ましい設備及び物品

- ① ファクシミリ
- ② パソコン(インターネット環境整備済みのもの)
- ③ 観光案内ビデオ(機器、ソフト共に)
- ④ 情報案内板(黒板等でイベント等動態情報の掲示ができるもの)

6. 案内所職員

外国語(基本的には英語)による対応が可能な者が案内業務を行うこと。

7. 業務

- (1) 外客に対し、旅行、観光に関連する案内・情報提供を行うこと。
- (2) 案内所職員が対応できない外国語について、通訳等の協力が得られる人(善意通訳等)と随時連絡が取れるようにしておくこと。
- (3) 予約・販売に関わる業務については、案内所の任意とするが、案内所の責任において行うこと。

8. 開所時間、休日等

- (1) 開所時間 原則として観光客の往来のある時間帯は開所していること。
- (2) 休日 年中無休が望ましい。

9. 保有することが望ましい情報

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

以上

参考資料19 全国「i」案内所リスト

番号	県名	県別案内所数	都市名 (都市別案内所数)	案内所名
1	北海道	6	札幌市(2)	カッコウの窓口
2				札幌 国際プラザi(アイ)
3			千歳市(1)	支笏湖ビジターセンター
4			函館市(1)	函館市観光案内所
5			七飯町(1)	七飯町大沼国際交流プラザ
6			美幌町(1)	美幌観光物産協会
7	青森県	8	青森市(3)	青森県観光総合案内所
8				青森市観光案内所
9				青森空港総合案内所
10			弘前市(2)	弘前市観光案内所
11				弘前市立観光館
12			三沢市(1)	三沢空港総合案内所
13			八戸市(1)	はちのへ総合プラザ
14	十和田湖町(1)	十和田湖総合案内所		
15	岩手県	5	盛岡市(3)	盛岡市観光文化交流センター
16				北東北観光センター
17				岩手県観光協会
18			一関市(1)	一関観光案内所
19	西磐井郡(1)	平泉町観光案内所		
20	宮城県	3	仙台市(2)	仙台市総合観光案内所
21				仙台国際センター交流コーナー
22	松島町	松島海岸駅前案内所(外国語インフォメーション)		
23	秋田県	6	秋田市(2)	秋田市観光案内所
24				秋田空港ターミナルビル案内所
25			仙北市(2)	田沢湖観光情報センター
26				角館町観光情報センター「駅前蔵」
27			鹿角市(1)	十和田八幡平観光物産協会観光案内所
28	男鹿市(1)	男鹿観光案内所		
29	山形県	3	東根市(1)	山形空港総合案内所
30				山形市(2)
31			山形駅前観光案内所	
32	福島県	6	福島市(2)	福島市観光案内所(JR福島駅東口)
33				福島市観光案内所(JR福島駅西口)
34			会津若松市(2)	会津若松駅前観光案内所
35				鶴ヶ城観光案内所
36	郡山市(1)	郡山市観光案内所		
37	石川郡(1)	福島空港ビル総合案内所		
38	茨城県	2	土浦市(1)	土浦市観光案内所
39			つくば市(1)	つくば市観光案内所
40	栃木県	5	宇都宮市(1)	宇都宮市観光案内所
41			日光市(4)	日光郷土センター
42				東武日光駅構内観光案内所
43				鬼怒川・川治温泉観光情報センター
44				タートル・イン・日光
45	群馬県	1	高崎市(1)	群馬県高崎観光案内所
46	埼玉県	5	川越市(1)	川越市川越駅前観光案内所
47			さいたま市(4)	浦和観光案内所
48				北浦和観光案内所
49				さいたま新都心観光案内所
50				大宮駅前観光案内所
51	千葉県	9	成田市(4)	成田市観光案内所
52				成田観光館
53				成田国際空港株式会社外国人観光案内所 (第1旅客ターミナルビル)
54				成田国際空港株式会社外国人観光案内所 (第2旅客ターミナルビル)
55			千葉市(3)	千葉市観光情報センター
56				千葉市幕張観光情報センター
57				幕張メッセインフォメーションセンター
58			柏市(1)	かしわインフォメーションセンター
59			館山市(1)	館山市観光案内所

番号	県名	県別案内所数	都市名 (都市別案内所数)	案内所名
60	東京都	4	台東区(3)	浅草駅外国人旅行センター
61				東京都台東区立浅草文化観光センター
62				旅館浅草指月
63			新宿区(1)	小田急外国人旅行センター
64	神奈川県	8	横浜市(5)	神奈川県観光協会観光案内所
65				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
66				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
67				横浜観光コンベンションビューロー横浜駅観光案内所
68				横浜観光コンベンションビューロー桜木町観光案内所
69			鎌倉市(1)	鎌倉市観光総合案内所
70			箱根町(2)	箱根町湯本観光案内所
71				富士箱根ゲストハウス
72	新潟県	2	新潟市(1)	新潟駅万代口 観光案内センター
73			新発田市(1)	新発田市観光案内所
74	富山県	2	富山市(2)	富山市観光案内所
75				いきいきKAN
76	石川県	1	金沢市(1)	石川県金沢観光情報センター
77	福井県	1	福井市(1)	福井市観光案内所
78	山梨県	3	富士河口湖町(2)	富士河口湖総合観光案内所
79				山梨県立富士ビジターセンター
80			富士吉田市(1)	富士吉田市観光案内所
81	長野県	2	松本市(1)	松本市観光案内所
82			長野市(1)	長野市観光情報センター
83	岐阜県	3	高山市(1)	飛騨観光案内所
84			下呂市(1)	下呂市総合観光案内所
85			岐阜市(1)	岐阜市観光案内所
86	静岡県	4	熱海市(1)	熱海市観光協会
87			伊東市(1)	伊東観光協会案内所
88			静岡市(1)	静岡市静岡駅観光案内所
89			浜松市(1)	浜松市観光インフォメーションセンター
90	愛知県	6	名古屋市(5)	名古屋国際センター情報カウンター
91				名古屋市名古屋駅観光案内所
92				オアシス21センター
93				名古屋市金山観光案内所
94				名古屋港総合案内所(ガーデン緑園総合案内所)
95			常滑市(1)	中部国際空港観光案内実施協議会観光案内所
96	三重県	2	伊勢市(2)	伊勢市観光案内所(宇治山田駅構内)
97				伊勢市観光案内所(外宮前)
98	滋賀県	2	大津市(1)	大津市観光案内所
99			彦根市(1)	彦根市観光案内所
100	京都府	2	京都市(2)	京都ツーリストインフォメーション
101				京都ハンディクラフトセンター
102	大阪府	4	大阪市(4)	大阪市ビズターズインフォメーションセンター・梅田
103				大阪市ビズターズインフォメーションセンター・新大阪
104				大阪府国際観光情報センター
105				日本観光情報センター
106	兵庫県	6	神戸市(3)	神戸市総合インフォメーションセンター(ハローステーションKobe)
107				新神戸駅観光案内所
108				有馬温泉観光総合案内所
109			姫路市(1)	姫路駅観光案内所
110			宝塚市(1)	宝塚市観光案内所
111	淡路町(1)	淡路サービスエリア(下り)観光案内所		
112	奈良県	4	奈良市(4)	近鉄奈良駅総合案内所
113				奈良市観光センター
114				奈良市猿沢観光案内所
115				奈良県観光インフォメーションセンター

番号	県名	県別案内所数	都市名 (都市別案内所数)	案内所名
116	和歌山県	2	白浜町(1)	紀伊半島観光情報ステーション
117			新宮市(1)	新宮市観光案内所
118	鳥取県	1	境港市(1)	境港市観光案内所
119	島根県	2	松江市(1)	松江国際観光案内所
120			安来市(1)	足立美術館案内所
121	岡山県	4	岡山市(2)	岡山市観光案内所
122				岡山県国際交流センター 情報相談コーナー
123			倉敷市(2)	倉敷駅前観光案内所
124				倉敷館観光案内所
125	広島県	5	宮島町(1)	宮島観光案内所
126			福山市(1)	福山地方観光案内所
127			広島市(3)	広島市観光案内所
128				リーガロイヤルホテル広島
129			尾道市(1)	新尾道駅観光案内所
130	山口県	1	山口市(1)	新山口駅観光案内所
131	徳島県	1	徳島市(1)	(財)徳島県国際交流協会(TOPIA)
132	香川県	1	高松市(1)	高松市インフォメーションプラザ
133	愛媛県	4	松山市(3)	愛媛県国際交流センター
134				松山駅観光案内所
135				道後観光案内所
136			今治市(1)	今治市サイクリングターミナル サンライズ糸山
137	高知県	1	高知市(1)	高知県「i」案内所
138	福岡県	5	福岡市(3)	福岡国際交流協会レインボープラザ
139				福岡市観光案内所
140				福岡県観光情報センター
141			太宰府市(2)	太宰府館
142				太宰府市観光案内所
143	佐賀県	3	武雄市(1)	武雄市観光案内所
144			嬉野市(1)	嬉野温泉観光案内所
145			有田町(1)	有田観光案内所
146	長崎県	2	長崎市(2)	長崎市総合観光案内所
147				長崎県観光情報センター
148	熊本県	2	熊本市(1)	熊本駅総合観光案内所
149			益城町(1)	熊本空港総合案内所
150	大分県	1	別府市(1)	別府外国人観光客案内所
151	宮崎県	1	宮崎市(1)	宮崎市観光案内所
152	鹿児島県	2	鹿児島市(2)	鹿児島中央駅総合観光案内所
153				鹿児島県外国人観光案内所
154	沖縄県	2	那覇市(2)	那覇空港観光案内所(国内線)
155				アーストリップ

※平成 19 年 3 月末現在

1. 「基本サービス」(年会費1万円/税別)

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

I. 研修会の開催

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

II. JNTO 作成資料の提供

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

III. 各種情報の提供(EメールもしくはFAX)……………随時

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

IV. 紹介業務に係るサービスの提供……………随時

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

V. その他サービスの提供……………随時

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

2. 「追加サービス」(料金のご利用実績によりご請求)

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

I. 韓国語・中国語(北京語)・英語の電話通訳サポート

料金は1件につき500円(税別)で設定させていただきました。

II. 韓国語・中国語の簡易翻訳サービス

「i」案内所で使用する簡単な観光情報・標識・案内板等の翻訳。

(原稿の内容及び枚数等につきましては、事前にご相談ください。)

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

参考資料21 平成18年度国際会議・インセンティブ旅行誘致成功実績

	会議名	開催年	参加人数	開催都市
1	国際水文地質学会	2008	500	富山
2	国際スポーツ社会学会大会	2008	350	未定
3	世界サンスクリット会議	2009	300	京都
4	国際臨床神経生理学会議	2010	1500	神戸
5	International Investor Relations Conference	2007	250	東京
6	生産と品質管理の次元の計測学の国際シンポジウム(IMECO TC14)	2010	100	大阪
7	世界音響生態学フォーラム	2006	120	弘前
8	国際生態電磁気学会年次大会	2007	500	金沢
9	国際海洋極地工学会議	2009	500	未定
10	百万ドル円卓会議(アジア大会)	2008	6000	千葉
11	世界ビジネスと経済開発に関する国際会議	2008	300	京都
12	パイロットクラブインターナショナル年次総会	2012	1300	未定
13	フレンドシップフォーエース世界大会	2009	400	沖縄
14	太陽光発電国際会議	2007	1000	福岡
15	アジア開発銀行年次総会	2007	3000	京都市・府
16	文書解析システムワークショップ	2008	100	奈良
17	ナショナルトラスト世界大会(仮称)	2007	500	奈良
18	アジア太平洋心臓病学会	2009	2000	京都
19	AIESEP *Association Internationale des Ecoles Superieures d'Education Physique (International Association of Physical Education in Higher Education)	2008	250	札幌
20	EMEAPエコノミスト・ワークショップ	2006	24	札幌
21	国際フードファクター会議	2007	530	京都
22	国際ポリフェノールと健康国際会議	2007	350	京都
23	EMEAP金融市場ワーキンググループ国際会議	2006	27	神戸
24	東アジアアクチュアリー会議	2007	461	東京
25	国際吸着学会	2010	350	未定
26	アジアシクロデキストリン会議	2007	100	京都
27	国際シクロデキストリンシンポジウム	2008	300	京都
28	日中舗装技術ワークショップ	2007	120	札幌
29	Asian Musculoskeletal Society Annual Scientific Meeting	2007	未詳	東京
30	International Symposium on Applications and the Internet	2007	300	広島
31	太平洋アジア地域知識発見とデータマイニング国際会議	2008	300	大阪
32	アルゴリズムと計算理論国際会議	2007	160	仙台
33	X線微細構造国際会議(XAFS国際会議)	2012	500	日中共同開催
34	国際中小企業会議	2007	120	東京
35	超電導国際会議	2009	2000	東京
36	国際サイコセラピー会議	2006	1000	東京
37	アジア太平洋肝胆膵外科学会(アジア肝胆膵外科学会)	2007	1900	福岡
38	アジア加速器会議	2010	800	京都
39	教育におけるコンピューター国際会議(仮称)	2007	300	広島
40	形状記憶及び超弾性技術に関する国際会議	2007	250	つくば
41	ISASI国際会議	2010	400	札幌
42	国際歴史地理学者会議	2009	200	京都
43	International Mass Spectrometry Conference	2012	1200	京都
44	国際視野学会	2008	250	奈良
45	アジア地域国際輸血学会	2009	2000	名古屋
46	アジア・オセアニア放射線防護学会	2010	400	未定
47	日韓パイラテラル課長級会合*	2006	10	広島
48	日韓合同分離技術シンポジウム	2008	500	軽井沢
49	アジア微生物生態コンソシウム形成のためのISMEコンファランス(仮題)	2007	50	松山
50	アジア生物学教育協議会	2008	350	未定
51	国際医学生連盟アジア太平洋会議	2007	250	大阪
52	IEEE International Conference on Advanced Information Networking and Applications (AINA). **	2008	300	沖縄
53	国際ヒト・レトロウイルス会議	2007	450	箱根
54	精神科医の環太平洋地域カレッジ協会の科学会議(仮)	2008	400	東京
55	海底ケーブルの科学的利用に関する国際ワークショップ	2007	150	東京
56	アジア定位・機能的コンピューター支援神経外科学会	2007	300	富士吉田
57	東南アジア西太平洋地域薬理学会議	2011	3000	京都
58	環太平洋環境労働皮膚科学シンポジウム*	2009	100	京都
59	Pacific-Rim Regional Conference of the International Association of Group Psychotherapy	2008	500	松江
60	原子力発電プラントの進歩国際会議	2009	500	未定
61	メカトロニクスとオートメーションに関する国際会議	2008	200	高松
62	非破壊評価国際会議(NDE国際会議)	2009	300	横浜
63	アジア競馬会議	2008	700	東京
64	日中韓中央銀行国際局長会議	2007	30	仙台
65	アジアオセアニア甲状腺学会	2009	300	名古屋

※JNTO 事業のみの実績。

	インセンティブツアー名	国	催行年	参加者人数	訪問都市
1	C日報社 全国優秀中・高教員海外インセンティブ・視察ツアー	韓国	2006年	500	大阪、福岡、別府
2	韓国A社リーダーセミナーダイヤモンドインビティショナル -DI-	韓国	2007年	600	札幌
3	S生命保険 優秀FC海外インセンティブツアー	韓国	2006年	430	大阪、京都、滋賀、鹿児島
4	S 広告主インセンティブツアー	韓国	2006年	30	札幌
5	D生命保険 優秀FC海外インセンティブツアー	韓国	2006年	200	大阪、京都、滋賀、鹿児島
6	Z連合会 グローバル経営者課程海外視察ツアー	韓国	2006年	50	仙台
7	M生命保険平村支店 優秀FC海外インセンティブツアー	韓国	2006年	80	大阪、名古屋
8	Gオートネット 優秀従業員海外インセンティブ	韓国	2006年	100	仙台、大阪
9	S テレコム 優秀代理店社長団海外インセンティブツアー	韓国	2006年	120	富山
10	D生命保険 優秀販売員海外インセンティブツアー	韓国	2006年	150	東京、箱根
11	G便宜店 優秀販売店海外インセンティブツアー	韓国	2006年	180	東京、箱根
12	C日報社 優秀支社社長団海外インセンティブツアー	韓国	2006年	360	東京、箱根
13	K化粧品優秀販売員インセンティブ	韓国	2006年	40	福岡
14	I協会 会員日本視察ツアー	韓国	2006年	60	東京、箱根
15	Gオイルバンク優秀販売員インセンティブ	韓国	2006年	200	大阪、京都、奈良
16	G証券優秀従業員海外インセンティブツアー	韓国	2006年	120	東京、箱根
17	Bカード優秀BCカード使用法人海外インセンティブツアー	韓国	2006年	120	宮崎
18	G百貨店優秀協力業者海外インセンティブツアー	韓国	2006年	70	札幌
19	G証券役員家族海外インセンティブツアー	韓国	2006年	60	東京、箱根
20	株K従業員海外インセンティブツアー	韓国	2006年	60	東京、名古屋
21	N組合長海外インセンティブツアー & 研修ツアー	韓国	2006年	350	東京、北海道、山形、仙台、日光、大阪、岡山、広島、福岡、大分、熊本、宮崎、鹿児島
22	K協会優秀会員海外インセンティブツアー	韓国	2006年	200	金沢、輪島
23	K協会 優秀農村指導者海外インセンティブツアー	韓国	2006年	30	福島、東京、京都、大阪
24	N大学行政大学院海外視察ツアー	韓国	2006年	70	札幌、登別、小樽
25	K学会 日韓移植学会学術大会参加ツアー	韓国	2006年	100	千葉
26	G証券優秀社員海外インセンティブツアー	韓国	2006年	150	宮崎
27	SSANGBAGUL 優秀社員海外インセンティブツアー	韓国	2006年	80	宮崎
28	K証券優秀職員海外視察ツアー	韓国	2006年	50	大阪、京都、奈良
29	S大学経営大学院	韓国	2006年	120	宮崎
30	S火災優秀店舗長海外インセンティブツアー	韓国	2006年	50	東京、箱根
31	G社優秀講師海外インセンティブツアー	韓国	2006年	60	大阪、奈良、京都
32	N組合長海外インセンティブツアー(農協交流センター)	韓国	2006年	100	東京、名古屋、千葉、横浜、茨城、長野
33	K協会自治体公務員日本都市視察ツアー	韓国	2006年	30	福岡、長崎
34	T生命保険優秀販売員海外インセンティブツアー	韓国	2006年	100	宮崎
35	D建設建設現場所長視察 & インセンティブツアー	韓国	2006年	250	東京、大阪
36	S証券優秀社員インセンティブツアー	韓国	2006年	65	長崎
37	J銀行 優秀社員インセンティブツアー	韓国	2006年	30	宮崎
38	I生命保険 ING Cup大会 (Sharp Travel)	韓国	2007年	2000	宮崎
39	(株)E社 優秀販売社員インセンティブツアー	韓国	2006年	50	松山
40	K連合会 日本研修ツアー	韓国	2006年	45	金沢、大阪
41	K協会 日本インセンティブツアー	韓国	2006年	30	福岡
42	K英才団 海外研修ツアー	韓国	2007年	70	福島
43	Sテレコム 顧客インセンティブツアー	韓国	2006年	30	長野
44	J社 インセンティブツアー*	韓国	2007年	200	長野
45	P投資証券 インセンティブツアー	韓国	2007年	50	東京、箱根
46	P社 2007 Annual Conference & インセンティブツアー	韓国	2008年	800	宮崎
47	P生命保険 2008 P社 Convention & インセンティブツアー	韓国	2008年	2000	横浜
48	G社 従業員海外院先手部ツアー	韓国	2006年	80	札幌
49	N組合 新規職員海外研修ツアー	韓国	2007年	170	東京、箱根
50	G海上火災保険 優秀教育担当職員海研修ツアー	韓国	2007年	70	東京、大阪
51	G海上火災保険 長期勤続従業員家族同伴インセンティブツアー*	韓国	2007年	600	長崎
52	G Cosmetic 職員海外インセンティブツアー	韓国	2007年	30	福岡、佐賀
53	P社 先進施設視察ツアー	韓国	2007年	30	名古屋、浜松、静岡
54	D生命保険 従業員海外インセンティブツアー	韓国	2007年	600	長崎、佐世保、札幌
55	Gr Cosmetic 優秀販売員海外インセンティブツアー	韓国	2007年	300	東京、箱根、日光
56	Nセンター 優秀職員海外インセンティブツアー	韓国	2007年	300	大阪、東京、別府、札幌
57	A製薬優秀従業員海外インセンティブツアー	韓国	2007年	120	福岡、長崎、佐世保
58	D生命保険優秀職員上半期海外研修ツアー	韓国	2007年	100	東京、京都、大阪
59	C社 優秀ディーラー海外インセンティブツアー	韓国	2007年	80	札幌、登別
60	U銀行優秀従業員海外インセンティブツアー	韓国	2007年	70	大阪、京都、東京
61	D製薬優秀従業員海外インセンティブツアー	韓国	2007年	70	名古屋
62	H電子優秀従業員の家族インセンティブツアー	韓国	2007年	120	大阪、京都、奈良
63	M火災保険優秀販売員海外インセンティブツアー	韓国	2007年	100	宮崎
64	R社優秀従業員インセンティブツアー	韓国	2007年	70	札幌
65	H社教育優秀教師海外インセンティブツアー	韓国	2007年	50	東京、箱根
66	A社インセンティブ	カナダ	2006年	10	東京、伊勢原、朝霧高原、京都

インセンティブツアー名		国	催行年	参加者 人数	訪問都市
67	T社 インセンティブ	カナダ	2006年	9	大阪、京都、箱根、東京
68	F社 インセンティブ	カナダ	2006年	45	大阪、京都、東京
69	H社 インセンティブツアー	シンガポール	2006年	85	大阪、京都、奈良
70	C社 アジアパシフィック地区チェアマングループ	シンガポール	2006年	250	東京
71	Mカーレーシンググループ	イギリス	2007年	12	東京、日光、箱根
72	Mグループ	イギリス	2007年	90	東京、京都、奈良、広島
73	S社 Incentive Trip	イギリス	2007年	120	東京、沖縄
74	X社 Incentive Trip	イギリス	2007年	30	東京、大阪
75	M電器	中国	2006年	40	大阪、有馬、東京
76	上海造幣局	中国	2006年	85	長崎
77	上海電力局	中国	2006年	30	東京、北海道
78	Aバンク	中国	2006年	80	東京、箱根
79	? 菲斯	中国	2006年	35	東京、日光
80	港富泰	中国	2006年	25	大阪、奈良
81	虹口区教育工会	中国	2006年	35	大阪、京都、箱根、東京
82	虹口区教育工会	中国	2006年	111	大阪、京都、箱根、東京
83	上海華東設計研究院	中国	2006年	14	大阪、京都、箱根、東京
84	上海Mゴム製品有限公司	中国	2006年	19	大阪、京都、箱根、東京
85	上海衆? 建築設計有限公司	中国	2006年	25	大阪、京都、箱根、東京
86	上海?? 商務有限公司	中国	2006年	32	鹿児島、宮崎、福岡、熊本
87	上海T社	中国	2006年	48	沖縄
88	上海交通大学	中国	2006年	35	大阪、東京
89	上海理工大学	中国	2006年	32	大阪、東京
90	上海達飛公司	中国	2006年	25	沖縄
91	上海達飛公司	中国	2006年	27	沖縄
92	上海達飛公司	中国	2006年	28	沖縄
93	上海達飛公司	中国	2006年	30	沖縄
94	上海達飛公司	中国	2006年	30	沖縄
95	香港保険会社(企業名公表不可)	香港	2011年	100	札幌、富良野、ニセコ、登別
96	香港保険会社(企業名公表不可)	香港	2011年	150	京都、大阪
97	香港石油会社(企業名公表不可)	香港	2010年	20	大阪、和歌山
98	香港教育関係会社(企業名公表不可)	香港	2010年	40	東京、静岡、大阪
99	香港電器メーカー(企業名公表不可)	香港	2010年	14	東京、箱根、京都、大阪、北海道等
100	香港教育関係会社(企業名公表不可)	香港	2010年	40	東京、静岡、大阪、神戸
101	香港電力メーカー(企業名公表不可)	香港	2011年	20	東京、大阪
102	香港政府系企業(企業名公表不可)	香港	2010年	27	東京、大阪、北海道
103	香港製薬会社(企業名公表不可)	香港	2010年	20	東京、大阪、名古屋
104	香港電子メーカー(企業名公表不可)	香港	2010年	15	東京、大阪、神戸、淡路
105	香港デザイン会社(企業名公表不可)	香港	2010年	17	東京、横浜、千葉
106	K Bank	タイ	2006年	15	東京、横浜
107	Cineplex Ltd.	タイ	2007年	36	東京、日光、横浜
108	B社	タイ	2007年	90	東京、札幌、層雲峡、富良野
109	A Computer	タイ	2007年	62	東京、箱根、静岡
110	A Pharma	タイ	2007年	90	東京、名古屋
111	オーストラリアオフィス機器メーカー(企業名公表不可)	オーストラリア	2006年	40	東京
112	オーストラリアタイヤメーカー(企業名公表不可)	オーストラリア	2007年	36	東京、大阪、京都
113	AMOA(Asia McDonald's Operator Association)	アメリカ	2007年	200	東京
114	EUROSPORT	フランス	2006年	30	東京、京都
115	ATELIER D'ARTS	フランス	2006年	18	東京
116	JURASSIEN GROUPE	フランス	2007年	18	東京、京都、名古屋
合計				16,135	

※JNTO 事業のみの実績。

参考資料22 平成18年度コンベンション誘致事業協賛都市

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

合計 36 都市・地区

参考資料23 アドバイザリー・コミッティ、特別顧問会議のメンバー

アドバイザー・コミッティ(全 15 名)		特別顧問会議(全 16 名)	
佐和 隆光	座長 立命館大学 政策科学研究科教授 京都大学 経済研究所特任教授 国立情報学研究所副所長	御手洗 富士夫	座長 (社)日本経済団体連合会 会長
縣 忠明	エフシージー総合研究所 元産経新聞論説委員	木村 尚三郎	副座長 東京大学名誉教授
阿比留 雄	(株)日本原子力発電相談役	大塚 陸毅	東日本旅客鉄道(株) 代表取締役社長
遠藤 健	朝日新聞社論説委員	小倉 和夫	独立行政法人 国際交流基金理事長
高畑 昭男	毎日新聞社論説委員	小谷 昌	(社)日本民営鉄道協会会長
寺田 輝介	(財)フォーリン・プレスセン ター理事長	佐藤 義正	(社)国際観光旅館連盟会長
堀 莊一	時事通信社論説委員	新町 光示	(社)日本旅行業協会会長
松田 英三	読売新聞社論説委員	寺嶋 潔	(財)運輸政策研究機構会長
葉 千榮	東海大学教授 ジャーナリスト キャスター	飛田 克夫	ジャパニーズ イン グループ会長
吉野 源太郎	日本経済研究センター客 員研究員、元日本経済新 聞論説委員	中村 徹	(社)日本観光協会会長
李 容淑	(株)リンカイ取締役社長	中村 裕	(社)日本ホテル協会会長
アイシャ・レバイ ン	前亀岡市国際交流員	額賀 信	(株)ちばぎん総合研究所 取締役社長
アンドリュー・ マーク・リー	アイポニックス・ジャパン (株)代表取締役	船山 龍二	(社)日本ツーリズム産業団体 連合会会長
クリスチャン・ ポラック	(株)セリク代表取締役社長	向山 秀昭	帝京大学教授
ベッティーナ・ ラングナー・寺本	ラングナー寺本建築 デザイン研究所代表	山田 啓二	京都府知事
		山元 峯生	定期航空協会会長

※肩書きは全て、開催当時のもの。

参考資料24 平成 18 年度報道発表案件一覧

発表時期	報道発表案件
平成 18 年 4 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 秋田空港に「i」案内所が誕生 2. 訪日外客数・出国日本人数(2005 年確定値) 3. 福島空港に「i」案内所が誕生 4. JNTO シンガポール観光宣伝事務所開設記念式典を開催 5. 訪日外客数・出国日本人数(2006 年 3 月推計値、1 月暫定値)
平成 18 年 5 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 訪日観光ポータルサイトの利用が増大 2. シンガポール事務所開所式及び日星観光交流年記念事業を開催 3. 平成 18 年度通訳案内士(ガイド)試験の実施
平成 18 年 6 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 訪日外客数・出国日本人数(2006 年 3・4 月推計値、2 月暫定値) 2. JNTO ウェブサイト英語版をリニューアルオープン 3. 訪日外客数・出国日本人数(2006 年 5 月推計値、3 月暫定値)
平成 18 年 7 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 平成 18 年度「国際観光テーマ地区等推進協議会総会」を開催 2. 世界と日本の最新国際観光動向をまとめた「JNTO 国際観光白書 2006」を発行 3. ミシュラン初のガイドブック「日本」へ取材協力 4. 訪日外客数・出国日本人数(2006 年 6 月推計値、4 月暫定値)
平成 18 年 8 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. JNTO「日本の国際観光統計(2005 年版)」を発行 2. 訪日外客数・出国日本人数(2006 年 7 月推計値、5 月暫定値)
平成 18 年 9 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 日本で唯一のコンベンション見本市「IME(第 16 回国際ミーティング エキスポ)」を開催 2. 「第 3 回 JNTO 特別顧問会議」を開催 3. 訪日外客数・出国日本人数(2006 年 8 月推計値、6 月暫定値)
平成 18 年 10 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 国際コンベンション統計(2005 年)まとまる 2. 平成 18 年度通訳案内士筆記(第 1 次)試験のポルトガル語及び日本地理問題の採点取り扱いについて 3. 平成 18 年度上半期、13 箇所の「i」案内所が誕生 4. 訪日外客数・出国日本人数(2006 年 9 月推計値、7 月暫定値)
平成 18 年 11 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 訪日外客数・出国日本人数(2006 年 10 月推計値、8 月暫定値)
平成 18 年 12 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 「i」案内所研修会の開催について 2. 訪日外客数・出国日本人数(2006 年 11 月推計値、9 月暫定値)
平成 19 年 1 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 訪日外客数・出国日本人数(2006 年 12 月及び年計推計値、10 月暫定値)
平成 19 年 2 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 平成 18 年度通訳案内士(ガイド)試験の合格発表について 2. 訪日外客数・出国日本人数(2007 年 1 月推計値、2006 年 10 月暫定値)
平成 19 年 3 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 国際会議の海外キーパーソン 9 名が日本を視察 2. 訪日外客数・出国日本人数(2007 年 2 月推計値) 3. JNTO 理事長に間宮忠敏が就任

参考資料25 平成18年度JNTO職員講演・執筆実績

<講演実績>

	開催日	主催者	講演会名	派遣講師	講演内容
1	2006年5月11日	ジャパニーズ・イン・グループ	インバウンドセミナー	谷口 せい子 (国内サービス部)	海外から見た日本の観光事情
2	2006年5月13日	財団法人アジア太平洋観光交流センター	日中文化・観光交流促進シンポジウム	新井 俊一 (理事)	日本のインバウンド観光政策
3	2006年5月18日	首都大学東京	観光まちづくり論	塚本 恭丈 (コンベンション誘致部長)	観光まちづくり論
4	2006年5月24日	岡山県国際観光テーマ地区	韓国からの観光客受入セミナー	加藤 英一 (事業開発部長)	韓国からの訪日旅行について
5	2006年5月29日	国土交通省	東京大学経済学部での講義	加藤 英一 (事業開発部長)	「国際観光論Ⅱ」
6	2006年5月29日	東海地区外国人観光客誘致促進協議会	東海地区における国際観光の現状と今後	大野金幸 (事業開発部)	東海地区における国際観光の現状と今後
7	2006年6月14日	栃木県国際観光推進協議会	外客受入接遇研修会	田中 一郎 (VJC事務局出向中)	外国人旅行者の受け入れについて
8	2006年6月16日	富士箱根伊豆国際観光テーマ地区山梨県協議会		谷口 せい子 (国内サービス部)	中国訪日旅行市場動向と受入施策
9	2006年7月6日	国際観光テーマ地区等推進協議会	総会	谷口 せい子 (国内サービス部)	中国・香港の訪日旅行事情
10	2006年7月6日	国際観光テーマ地区等推進協議会	総会	滝澤秀直 (海外市場開拓部)	北米の訪日旅行者の特性
11	2006年7月27日	宮崎県東京事務所		谷口 せい子 (国内サービス部)	国際競争力のある観光地づくりについて
12	2006年8月1日	(社)内外情勢調査会	内外情勢調査会 飛騨支部懇談会	谷口 せい子 (国内サービス部)	アジアから見た観光地日本
13	2006年9月4日	広島県国際観光テーマ地区推進協議会	外国人観光客おもてなし推進セミナー	小沼 英悟 (管理部)	台湾人の気質・行動パターン、VJC台湾事業について
14	2006年9月6日	北東アジア経済フォーラム事務局	第15回北東アジア経済フォーラム	安田 彰 (理事)	国際交流と教育
15	2006年9月14日	(社)日本ツーリズム産業団体連合会	ソニーマーケティングディーラーコンベンション	加藤 英一 (事業開発部長)	訪日外国人旅行者誘致に向けたJNTOの取組み
16	2006年9月20日	国際協力機構(JICA)	インドネシア観光マーケティング計画に係る研修員の受け入れ	小堀 守 (管理部)	観光マーケティング計画
17	2006年9月21日	琉球大学	琉球大学インターンシップ研修会	田中 一郎 (VJC事務局出向中)	ビジット・ジャパン・キャンペーンについて
18	2006年9月27日	千葉県国際観光推進協議会	東アジア訪日旅行事情	谷口 せい子 (国内サービス部)	東アジアの海外旅行市場と訪日旅行市場
19	2006年10月10日	北海道、北海道観光連盟	韓国からの観光客誘致セミナー	谷 博子 (ソウル観光宣伝事務所)	韓国訪日市場の特徴、韓国人旅行者の受入について
20	2006年10月17日	東京観光財団	第2回アジアセールス委員会	鈴木 克明 (海外市場開拓部)	アジアの訪日市場について
21	2006年10月19日	健康サービス産業振興機構	観光・集客交流サービス事業創造勉強会(第1回)	田中 一郎 (VJC事務局出向中)	日本のインバウンドツーリズム
22	2006年10月23日	台東区	中国人旅行者接遇研修会-おもてなしの人づくり	谷口 せい子 (国内サービス部)	中国人旅行者の接遇について
23	2006年11月9日	北海道後志支庁	外国人滞在型観光形成セミナー	谷口 せい子 (国内サービス部)	訪日旅行の動向
24	2006年11月10日	九州観光推進機構	ウェルカム九州フェア	井久保 敏信 (北京観光宣伝事務所長)	中国訪日市場の特徴、中国人旅行者の受入について
25	2006年11月16日	健康サービス産業振興機構	観光・集客交流サービス事業創造勉強会(第2回)	田中 一郎 (VJC事務局出向中)	日本のインバウンドツーリズム
26	2006年11月28日	ワールドビジネスブレイン等	経済産業省サービス産業創出支援事業外国人観光客集客コース	小堀 守 (管理部)	訪日旅行の動向
27	2006年11月28日	全国市町村国際文化研修所	平成18年度戦略的政策形成研修	大野 金幸 (事業開発部)	外国人観光客誘致による地域活性化
28	2006年12月5日	富士河口湖町観光連盟	外国語サポート活動勉強会	谷口 せい子 (国内サービス部)	外国人旅行者の受け入れについて
29	2006年12月6日	外務省	V4+1協力:観光振興に関するワークショップ及び講義	加藤 英一 (事業開発部長)	訪日外国人誘致に向けた具体的取組
30	2006年12月6日	北海道運輸局	中国訪日旅行説明会	榎本 通也 (北京観光宣伝事務所)	中国からの訪日旅行者の特徴とニーズ
31	2006年12月12日	JAPAN NOW観光情報協会	観光立国セミナー	谷口 せい子 (国内サービス部)	香港・広東省の訪日旅行市場
32	2007年1月11日	ワールドビジネスブレイン等	経済産業省サービス産業創出支援事業外国人観光客集客コース	辻 千春 (国内サービス部)	外国人旅行者受入のノウハウ
33	2007年1月19日	日本海沿岸地帯振興連盟	日本海沿岸地帯振興連盟政策研究会	佐藤 仁 (海外市場開拓部)	東アジアの海外旅行市場と訪日旅行市場
34	2007年1月25日	松本観光ホスピタリティカレッジ	アジアからみる松本信州	谷口 せい子 (国内サービス部)	アジアからみる松本信州
35	2007年1月25日	国際協力機構(JICA)	JICAガーナ国カウンターパート研修	小堀 守 (管理部)	日本のインバウンド観光政策
36	2007年1月25日	"	"	鈴木 誠一 (国内サービス部)	外国人旅行者受入体制整備について
37	2007年2月2日	(財)太平洋人材交流センター	2006年度マレーシア観光開発における地方自治体と公共人材育成	田中 一郎 (VJC事務局出向中)	ビジット・ジャパン・キャンペーンへの取組について
38	2007年2月5日	財団法人社会生産性本部	アジア生産性向上事業 国際観光振興視察団	安田 彰 (理事)	日本のインバウンド観光政策
39	2007年2月13日	北海道	オーストラリアからの観光客誘致セミナー	堀内 文太郎 (シドニー観光宣伝事務所)	オーストラリアの訪日旅行市場の動向
40	2007年2月13日	青森県観光連盟	韓国訪日教育旅行受入研修会	名村 裕樹 (ソウル観光宣伝事務所)	韓国の訪日教育旅行について

	開催日	主催者	講演会名	派遣講師	講演内容
41	2007年2月20日	広島県国際観光テーマ地区推進協議会	外国人観光客おもてなし推進セミナー	田中 一郎 (VJC事務局出向中)	韓国からのインバウンドの現状
42	2007年2月22日	成田空港周辺地域国際観光推進協議会	国際観光ボランティア研修会	辻 千春 (国内サービス部)	外国人旅行者受入のノウハウ
43	2007年2月24日	国土交通省	日中観光交流年記念事業「日中観光フォーラムin東北」	茅野 泰幸 (理事)	日中観光交流に向けた今後の展望と課題
44	2007年2月25日	伊豆の国市ほたるを飛ばす会	第2回伊豆の国市ホテルサミット	辻 千春 (国内サービス部)	外国人旅行者受入のノウハウ
45	2007年2月26日	岡山県、岡山県観光連盟	インバウンドセミナー	加藤 英一 (事業開発部長)	訪日旅行の動向
46	2007年2月26日	国土交通省	通訳ガイドスキルアップ・プログラム周知セミナー	谷口 せい子 (国内サービス部)	外国人旅行者の受け入れについて
47	2007年3月2日	(財)東京観光財団	第3回アジアセールス委員会	谷口 せい子 (国内サービス部)	訪日教育旅行の受入れ促進
48	2007年3月8日	岐阜県	外国人観光客受入体制整備研修会	谷口 せい子 (国内サービス部)	外客受入に当たってのハード面整備について
49	2007年3月12日	九州観光推進機構、JRグループ協定旅館ホテル連盟	JR旅運・指定休憩店観光推進研修会	薬丸 裕 (上海観光宣伝事務所)	中国の訪日旅行市場について
50	2007年3月18日	(株)イベントサービス	アメリカンファミリー生命保険会社朝食セミナー	中杉 元 (香港観光宣伝事務所)	香港の訪日旅行市場
51	2007年3月23日	福島県観光連盟	広東省からの観光客受入セミナー	佐藤 仁 (海外市場開拓部)	広東省の訪日旅行市場の現況
52	2007年3月26日	(財)太平洋人材交流センター	2006年度メコン地域観光振興研修会	田中 一郎 (VJC事務局出向中)	ビジット・ジャパン・キャンペーンへの取組について
53	2006年12月2日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会(屋久島)	藤内 大輔 (海外市場開拓部)	欧米市場からの訪日旅行者の特徴とニーズ
54	2006年12月8日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会(網走市)	榎本 通也 (北京観光宣伝事務所)	中国からの訪日旅行者の特徴とニーズ
55	2006年12月8日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会(網走市)	熊野 伸彦 (ソウル観光宣伝事務所)	韓国からの訪日旅行者の特徴とニーズ
56	2006年12月20日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会(弘前市)	上村 仁 (国際観光サービスセン)	台湾・韓国からの観光客の接遇について
57	2007年2月16日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会(呉市)	藤内 大輔 (海外市場開拓部)	欧米市場からの訪日旅行者の特徴とニーズ
58	2007年3月7日	国土交通省	訪日外国人旅行者接遇研修会(仙台市)	谷口 せい子 (国内サービス部)	FIT化の動きに向けて

<執筆実績>

	掲載日	掲載紙(誌)名	執筆テーマ	執筆者	執筆内容
1	連載(9回)	観光経済新聞	社外論説コラム「視点」	安田 彰 (理事)	
2	2006年4月11日	旬刊旅行新聞	アジアの旅行動向	谷 博子 (ソウル観光宣伝事務所長)	訪日旅行に追い風
3	2006年5月11日	旬刊旅行新聞	アジアの旅行動向	中杉 元 (香港観光宣伝事務所次長)	香港で注目のツアー
4	2006年6月11日	旬刊旅行新聞	アジアの旅行動向	辻 のぞみ (バンコク観光宣伝事務所長)	タイの旅行フェア
5	2006年7月11日	旬刊旅行新聞	アジアの旅行動向	榎本 通也 (北京観光宣伝事務所次長)	スペシャリスト研修
6	2006年8月11日	旬刊旅行新聞	アジアの旅行動向	富岡 秀樹 (シンガポール観光宣伝事務所長)	可能性のある市場
7	2006年9月11日	旬刊旅行新聞	アジアの旅行動向	遠藤 麻衣子 (上海観光宣伝事務所次長)	テーマを絞り込む
8	2006年10月11日	旬刊旅行新聞	アジアの旅行動向	田口 一成 (香港観光宣伝事務所長)	重要性増すマカオ
9	2006年11月11日	旬刊旅行新聞	アジアの旅行動向	名村 裕樹 (ソウル観光宣伝事務所次長)	多様化する教育旅行
10	2006年12月11日	旬刊旅行新聞	アジアの旅行動向	辻 のぞみ (バンコク観光宣伝事務所長)	買い物好きのタイ人
11	2007年1月11日	旬刊旅行新聞	アジアの旅行動向	山田 泰史 (北京観光宣伝事務所次長)	訪日中国人100万人へ
12	2007年2月11日	旬刊旅行新聞	アジアの旅行動向	平田 真幸 (上海観光宣伝事務所長)	中国修旅は周到に
13	2007年3月11日	旬刊旅行新聞	アジアの旅行動向	石崎 雄久 (ソウル観光宣伝事務所次長)	拡大するインド市場
14	2006年4月10日	トラベル・ジャーナル	Selling Japan 海外の訪日旅行トレンド	山田 泰史 (北京観光宣伝事務所次長)	高品質ツアーの造成をサポート
15	2006年4月24日	トラベル・ジャーナル	Selling Japan 海外の訪日旅行トレンド	掛江 浩一郎 (ロサンゼルス観光宣伝事務所長)	「忘れられない体験」でツアーに付加価値を!
16	2006年5月15日	トラベル・ジャーナル	Selling Japan 海外の訪日旅行トレンド	平田 真幸 (上海観光宣伝事務所次長)	高額・高品質ツアーを育てるための条件
17	2006年5月29日	トラベル・ジャーナル	Selling Japan 海外の訪日旅行トレンド	平田 徹郎 (パリ観光宣伝事務所長)	フランスの若者市場をどう攻略していくか
18	2006年6月19日	トラベル・ジャーナル	Selling Japan 海外の訪日旅行トレンド	堀内 丈太郎 (シドニー観光宣伝事務所長)	まだまだ伸びる! 豪州発スキー・ジャパン
19	2006年7月3日	トラベル・ジャーナル	Selling Japan 海外の訪日旅行トレンド	谷 博子 (ソウル観光宣伝事務所長)	日本ブームの理由を探ってみると
20	2006年7月17日	トラベル・ジャーナル	Selling Japan 海外の訪日旅行トレンド	川崎 悦子 (ニューヨーク観光宣伝事務所次長)	米国メディアにおける「日本情報」の分析
21	2006年7月31日	トラベル・ジャーナル	Selling Japan 海外の訪日旅行トレンド	中杉 元 (香港観光宣伝事務所次長)	成熟市場にふさわしい付加価値商品と情報を
22	2006年8月14日	トラベル・ジャーナル	Selling Japan 海外の訪日旅行トレンド	伊与田 美屋 (ロンドン観光宣伝事務所次長)	北海道スキーが相次いで商品化
14	2006年9月4日	トラベル・ジャーナル	Selling Japan 海外の訪日旅行トレンド	山田 洋 (バンコク観光宣伝事務所次長)	訪問地とルートの多様化が目立つ
15	2006年9月18日	トラベル・ジャーナル	Selling Japan 海外の訪日旅行トレンド	三瓶 文博 (トロント観光宣伝事務所長)	静かなブーム呼ぶ東欧諸国への旅
16	2006年10月2日	トラベル・ジャーナル	Selling Japan 海外の訪日旅行トレンド	巽 麻里子 (フランクフルト観光宣伝事務所長)	日本の観光情報を学ぶEラーニングが好評
17	2006年10月16日	トラベル・ジャーナル	Selling Japan 海外の訪日旅行トレンド	掛江 浩一郎 (ロサンゼルス観光宣伝事務所長)	「高くない日本」を強力キャンペーン
18	2006年10月30日	トラベル・ジャーナル	Selling Japan 海外の訪日旅行トレンド	山田 泰史 (北京観光宣伝事務所次長)	今年も国慶節休暇の海外旅行が順調な伸び
19	2006年11月13日	トラベル・ジャーナル	Selling Japan 海外の訪日旅行トレンド	高野 陽子 (パリ観光宣伝事務所次長)	仏版「社員旅行」で日本への関心高まる
20	2006年11月27日	トラベル・ジャーナル	Selling Japan 海外の訪日旅行トレンド	富岡 秀樹 (シンガポール観光宣伝事務所長)	事務所開設から半年 史上初めて10万人突破へ
21	2006年12月11日	トラベル・ジャーナル	Selling Japan 海外の訪日旅行トレンド	堀内 丈太郎 (シドニー観光宣伝事務所長)	飛騨高山と金沢の人气が静かに上昇中

参考資料26 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 $y1$
- ・ 17年度以降 = 前年度自己収入 × 収入政策係数 $y1$

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 $y2$ - 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 $y2$ - 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

・アドバイザー・コミッティ

JNTO の中期計画に記載された「外部有識者による評価を含む業績評価制度を充実」を踏まえて設けられたもので、学識経験者、マスコミの論説委員、外国出身有識者ら 15 名で構成。年 2 回開催。

・インバウンド

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

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

・コンベンション

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

・ツアーオペレーター

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

・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国土交通大臣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。JNTO が通訳案内士試験の実施を代行している。

・特別顧問会議

JNTO 中期計画に記載された「外部有識者による評価を含む業績評価制度を充実」を踏まえ設けられたもので、JNTO の組織運営や事業展開に対する助言・提言を行う。座長を務める日本経済団体連合会会長の御手洗富士夫氏を含む 16 名で構成され年 1 回開催。

・独立行政法人通則法第 44 条第3項

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

・「i」案内所

外国人旅行者に対して観光情報の提供を行うことが可能な観光案内所で JNTO が指定する。「i」案内所の「i」は「information」の頭文字。平成 19 年度から「ビジット・ジャパン案内所」へ名称が変更となった。

・MICE 検討会

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

・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。