

平成 20 年度

業務実績報告書

平成21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) 効率化目標の設定	3
(2) 総人件費改革	5
(3) 組織体制の整備	8
(4) 関係機関との連携強化	12
(5) 随意契約の見直し	16
(6) 民間からの出向者等の活用	18
(7) プロパー職員の育成等	19
(8) 内部統制の充実	22
(9) 活動成果の明確化	24
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目標を達成するためとるべき措置	
(1) 海外宣伝業務	
① 海外マーケット情報の収集・調査・分析・提供	28
② 訪日外国人旅行者誘致のための事業	
ア 事業計画の策定	31
イ 広告宣伝・メディア広報事業	33
ウ 訪日旅行商品の造成・販売支援	38
(2) 国内受入体制整備支援業務	
① 観光案内所の整備支援業務	42
② 通訳案内士試験業務	44
(3) 国際会議等の誘致・開催支援業務	45
① 国際会議等の誘致支援業務	
② 国際会議の開催支援業務	
3. 予算、収支計画及び資金計画	55
(1) 自己収入の確保	
(2) 予算(人件費の見積りを含む。)	
(3) 収支計画及び資金計画	
4. 短期借入金の限度額	62
5. 重要な財産を譲渡し、又は担保にする計画	63

6. 剰余金の使途	64
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	65
(2) 独立行政法人国際観光振興機構法(平成14年法律第181号) 第10条第1項に規定する積立金の使途	66
(3) その他中期目標を達成するために必要な事項	67
【参考資料】	68

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) 効率化目標の設定

【中期目標】

① 一般管理費

一般管理費(人件費、公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。)について、中期目標期間の最後の事業年度において、平成19年度比で15%程度削減する。

② 運営費交付金対象業務経費

運営費交付金対象業務経費(公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。)について、中期目標期間の最後の事業年度において、平成19年度比で5%程度に相当する額を削減する。

【中期計画】

① 一般管理費

一般競争入札等の活用等により、業務運営の効率化を推進し、一般管理費のさらなる削減に努める。

数値目標

一般管理費(人件費、公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。)について、中期目標期間の最後の事業年度において、平成19年度比で15%程度に相当する額を削減する。

② 運営費交付金対象業務経費

一般競争入札等の活用、単価の見直しや事業執行方法の改善等を通じて、業務運営の効率化を推進し、運営費交付金対象業務経費の更なる削減に努める。

数値目標

運営費交付金対象業務経費(公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。)について、中期目標期間の最後の事業年度において、平成19年度比で5%程度に相当する額を削減する。

【年度計画】

中期目標期間の最後の事業年度において、平成19年度に比べ、一般管理費(人件費、公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。)については15%に相当する額を、運営費交付金対象業務経費(公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。)については5%程度に相当する額を削減するとの目標を達成するため、一般競争入札等の活用、事業の見直しや事業執行方法の改善等により業務運営の効率化を推進する。

なお、平成20年度においては、海外事務所の賃貸借契約更新に伴う賃借料の上昇を抑えるため、事務所の移転を行う。

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

(1) 運営費交付金対象業務経費の削減

- ・ 20年度事業の実施にあたっては、一層の一般競争入札の実施、ロンドン及びロサンゼルス事務所の移転による家賃の見直しを図るなど、効率化に努めた。
- ・ それらの結果として、運営費交付金対象業務経費(公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。)は、対前年度比89百万円(▲13.3%)の減となった。

(2) 一般管理費の削減

- ・ 一般管理費の削減にも努力を行い、対前年度比8.3百万円(▲7.95%)の減となった。
- ・ なお人件費についても引き続き抑制を図った。具体的には事項「(2)総人件費改革」に記載。

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	20年度計画額 (A)	20年度実績額(B) (括弧内は効率化 対象予算)	削減額 (B-A)	19年度 (括弧内は効率化 対象予算)	対19年度削減率 (所要額を除く)
一般管理費	275,615	249,126 (95,753)	△26,489	282,288 (104,021)	△7.95%
運営費交付金 対象業務経費	824,395	764,349 (582,675)	△60,046	836,034 (672,041)	△13.30%

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(2) 総人件費改革

【中期目標】

総人件費については、簡素で効率的な政府を実現するための行政改革の推進に関する法律（平成18年法律第47号）等に基づく平成18年度からの5年間で5%以上を基本とする削減について、引き続き着実に実施するとともに、役職員の給与に関し国家公務員の給与構造改革を踏まえた見直しを促進する。さらに「経済財政運営と構造改革に関する基本方針2006」（平成18年7月7日閣議決定）に基づき、人件費改革の取組を平成23年度まで継続するものとする。また、給与水準の適正化について検証し、これを維持する合理的理由がない場合には給与水準の適正化に取り組むとともに、その検証結果や取り組み状況を公表する。

【中期計画】

総人件費については、簡素で効率的な政府を実現するための行政改革の推進に関する法律（平成18年法律第47号）等に基づく平成18年度からの5年間で5%以上を基本とする削減について、引き続き着実に実施するとともに、「経済財政運営と構造改革に関する基本方針2006」（平成18年7月7日閣議決定）に基づき、人件費改革の取組を平成23年度まで継続するものとする。

また、機構の給与水準に関しては、国内事務所が東京のみであること、職員の学歴構成が高いこと等の理由から、国家公務員に対する指数では105.3、東京都在勤の国家公務員に対する指数では93.8（指数はともに平成18年度）となっているところであるが、引き続き、給与水準の適正化について検証し、これを維持する合理的理由がない場合には給与水準の適正化に取り組むとともに、その検証結果や取組状況を公表する。

【年度計画】

総人件費については、簡素で効率的な政府を実現するための行政改革の推進に関する法律（平成18年法律第47号）等に基づく平成18年度からの5年間で5%以上を基本とする削減について、引き続き着実に実施するとともに、「経済財政運営と構造改革に関する基本方針2006」（平成18年7月7日閣議決定）に基づき、人件費改革の取組を継続する。

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について、引き続き着実に実施するとともに、給与水準の適正化の取り組みを継続するものである。

② 当該年度における取り組み

- ・ 総人件費改革の取組として、平成20年度においては、平成20年6月に理事1名を削減し、平成20年8月には監事体制を常勤2名から常勤1名・非常勤1名体制に変更したことに伴い、

役員報酬の削減措置(20年度役員報酬総額は17.7%減)を実施するとともに、職員に関しては、職員数の減(退職者の不補充)及び人事評価制度による昇給の抑制等を行った結果、人件費削減率(対平成17年度比)は、目標の△5.0%超え、△8.6%を達成した。

基準年度(平成17年度)： 1,132,559千円

平成18年度： 1,107,414千円(△2.2%)

平成19年度： 1,087,591千円(△4.0%)

平成20年度： 1,035,116千円(△8.6%)

- ・ 平成20年度のラスパイレス指数(国家公務員と比較した給与水準)は109.7、東京都特別区在勤の国家公務員との比較では96.8となった。
- ・ 機構は地方組織が無く、職員の約9割が大卒・大学院卒であるため、今後も地域・学歴を考慮した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。

JNTOのラスパイレス指数推移

	対・国	対・国 (東京)	対・国 (学歴別)	対・国 (地域・学歴別)	対・独立行政法人
平成15年度	125.9	—	—	—	117.2
平成16年度	109.6	98.0	103.8	93.1	102.6
平成17年度	109.2	97.3	104.4	92.8	101.5
平成18年度	105.3	93.8	101.7	90.4	97.8
平成19年度	107.9	95.9	103.6	91.7	100.6
平成20年度	109.7	96.8	106.1	93.3	102.5

※ラスパイレス指数が算出されておらず、数字が入手できないものについては「—」とした。

- ・ 役員報酬額の公表については、上記の措置状況やラスパイレス指数等を含め「役職員の報酬・給与等の公表」として、平成21年6月30日にホームページ上で平成20年度分を公表した。
- ・ また、報酬・給与への業務実績・勤務成績の反映方法として、役員報酬に関しては、期末特別手当に対し国土交通省独立行政法人評価委員会が行う業績評価の結果を参考にして、役員の実績に応じ決定した。職員に関しては、平成16年度から導入した人事評価制度により、

厳正な人事評価を行い、評価結果を職員の昇給等の処遇に反映させた。

- ・ 第一期中期計画の「中期目標の達成状況調査」を含めた決算監査により、「人件費抑制の取り組み」や「対国家公務員指数の推移」を含めた実績等について、その適正性について検証。
- ・ 福利厚生費については、健康診断関係と借上宿舎のみであり、これらの実施及び結果等については、各種委員会（衛生委員会、宿舎管理委員会）等において報告し、必要に応じて全職員あて周知した。
- ・ 機構では、職員の勤務能率の発揮及び増進のためのレクリエーション行事は実施しておらず、必要以上に福利厚生が充実している状況にはない。

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) 組織体制の整備

【中期目標】

ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部事務局の機能を確実に承継し、組織の活性化を図るとともに、事業の効率化や質の向上に努め、ビジット・ジャパン・キャンペーンに一層貢献する。

また、組織の改変等により本部をスリム化するとともに、海外事務所へ経営資源を重点的に配分し、海外事務所の組織体制を整備する。また、海外事務所については、事務所数や配置の適正性について、市場の動向に即して不断の見直しを行う。

【中期計画】

機構の経営資源を海外宣伝事業に重点的に配分するとともに、各業務の連携が効率的に行えるよう、本部組織の改革を行う。具体的には事業を行う事業本部と企画・管理業務を行う企画本部の2本部制とする。各本部の本部長は理事が務める。

事業本部は海外宣伝事業を行う海外プロモーション部と国際会議等の誘致・開催支援業務を行うコンベンション誘致部の2部によって構成される。海外プロモーション部は、事業別の組織から市場別の組織に再編するとともに、ビジット・ジャパン・キャンペーン事業を着実に推進していくためビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部事務局が発揮していた機能を承継する。ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部事務局の機能を統合することで、機構のもつ様々な機能との相乗効果を発揮し、ビジット・ジャパン・キャンペーン事業の効果的かつ効率的な実施に一層貢献し、これまで以上の実績を上げることを目指す。

企画本部には、機構全体の計画の策定・実行管理等を行う企画部と人事・総務・経理業務を担う総務部を設置する。

本部における業務運営の一層の効率化に努め、海外事務所へ経営資源を重点的に配分する。また、海外事務所については、活動内容の実績や市場の将来性等について毎年度厳格に評価を行い、事務所数や配置の適正性、予算や人員等の経営資源の配分等について、不断の見直しを行う。

【年度計画】

機構の経営資源を海外宣伝事業に重点的に配分するとともに、各業務の連携が効率的に行えるよう、4月1日に、本部組織の改革を行う。

具体的には事業を行う事業本部と企画・管理業務を行う企画本部の2本部制とする。各本部の本部長は理事が務める。

事業本部には、海外宣伝事業を行う海外プロモーション部と国際会議等の誘致・開催支援業務を行うコンベンション誘致部の2部を設置する。海外プロモーション部は、事業別の組織から市場別の組織に再編するとともに、ビジット・ジャパン・キャンペーン事業を着実に推進していくため、ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部事務局が発揮していた機能を承継する。ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部

事務局の機能を統合することで、機構のもつ様々な機能との相乗効果を発揮し、ビジット・ジャパン・キャンペーン事業の効果的かつ効率的な実施に一層貢献し、これまで以上の実績を上げることを目指す。

企画本部には、機構全体の計画の策定・実行管理等を行う企画部と人事・総務・経理業務を担う総務部の2部を設置する。

本部における管理業務の一層の効率化に努め、事業部門を強化する。

事務所数や配置の適正性、予算や人員等の経営資源の配分等について、見直しを検討するため、海外事務所については、活動内容の実績や市場の将来性等について厳格に評価を行う。

① 年度計画における目標設定の考え方

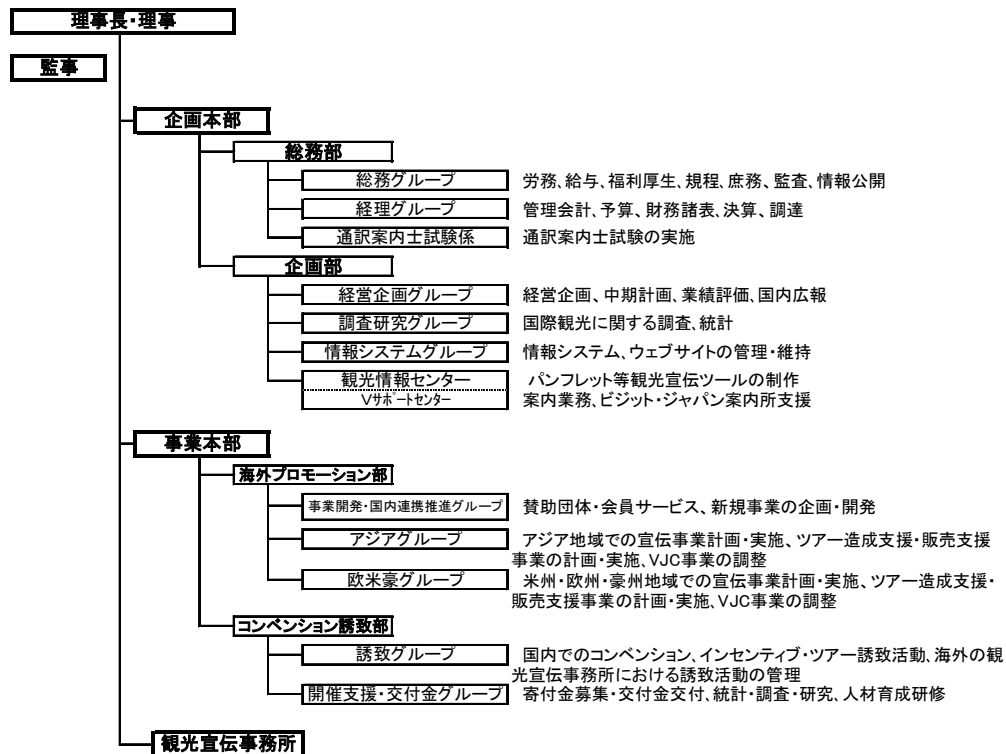
機構が有する経営資源や様々な機能を最大限に発揮するため、本部組織の改編を着実に実施する。また、ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部事務局(以下、VJC 事務局)の機能を継承し、ビジット・ジャパン・キャンペーン事業(以下、VJC 事業)の中核の役割を果たし、これまで以上に貢献する。

② 当該年度における取り組み

(1) 本部組織の再編

4月1日に本部組織を再編し、企画本部と事業本部の2本部制を開始した。

【平成20年4月以降の組織体制】

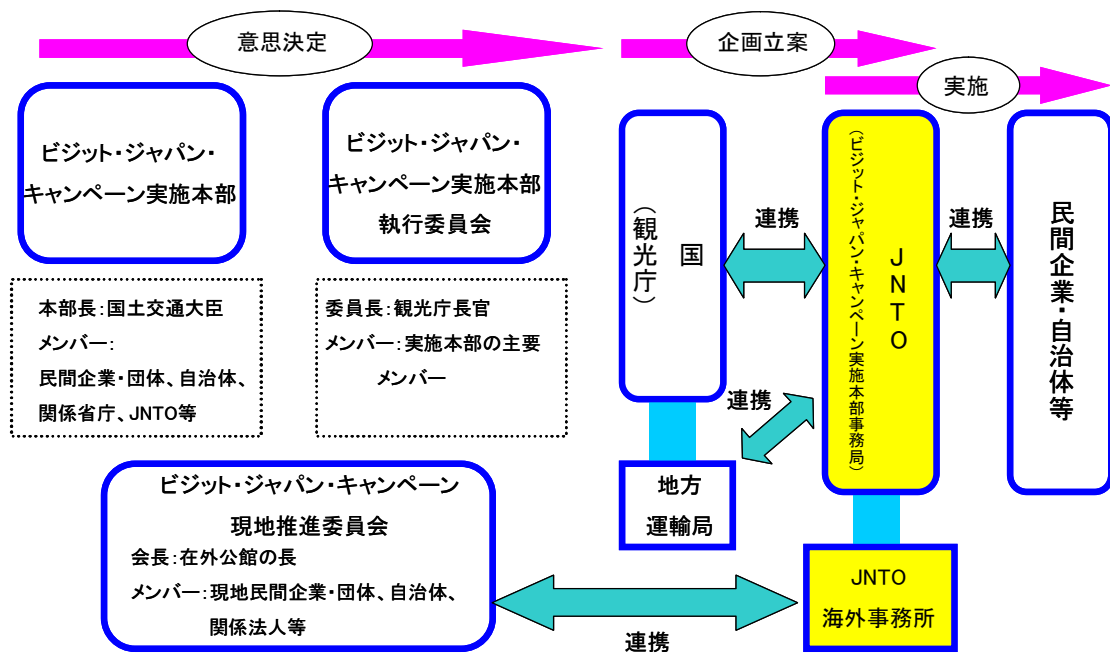


(2) VJC 事務局機能継承による VJC 事業の効果的かつ効率的な実施

機構が VJC 事務局機能を継承したことにより、機構の海外事務所ネットワークを通じて収集した海外訪日旅行市場の最新情報を VJC 事業に迅速に反映させることが可能となった。観光庁、地方自治体、民間事業者等の関係者に積極的に情報を発信し、事業提案を行い、従来以上に効果的、効率的な VJC 事業の実施に中核となって貢献した。

【参考資料1 VJC 中央事業の実績】

【平成20年4月以降のビジット・ジャパン・キャンペーン実施体制】



(3) ワーキング・グループ形式による組織全体に関わる課題の検討

機構全体に関わる課題である「新規事業開発」「管理会計システム」について、所属部署の枠にとらわれず広い視野で検討を行うため、本部内各部署の中堅・若手職員から成るワーキング・グループを立ち上げ、議論を行った。検討結果は提言として取りまとめ、理事長に提出された。提言内容は理事長の指示により実行に向けて担当部署で更に検討が進められ、「新規事業開発」については会員制度の見直し、ウェブサイトのバナー広告の実施、「管理会計システム」については平成21年度からの実施が決定した。

(4) 海外事務所の事業・運営の検証制度の見直し

機構の重要な経営資源である海外事務所において、適正な事業実施や運営・管理を確保し、本部と海外事務所の連携強化を図り、中長期的な事務所配置の検討を行うため、マーケット情報の収集・分

析、事業成果、事務所の運営・管理等に関する指標を設定し検証する制度の見直しを行った。なお、平成21年度より本制度に基づき検証を実施する予定である。

【参考資料2 海外事務所の事業・運営 検証項目】

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) 関係機関との連携強化

【中期目標】

日本貿易振興機構等の海外事務所をはじめ、内外の関係機関との連携を強化する。

【中期計画】

在外公館、日本貿易振興機構、国際交流基金等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、連携を強化する。また、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旅行需要の喚起に努める。さらに、国内の関連団体との連携・協調を図る。

【年度計画】

在外公館、日本貿易振興機構、国際交流基金等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協力を求める等、連携の強化に努める。

また、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旅行需要の喚起に努める。さらに、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

官民あげた訪日外客誘致事業を実施するため、国内外の関係省庁、公的機関、民間企業、外国政府、観光関係機関等との連携をこれまで以上に強化する。

② 当該年度における取り組み

在外公館、日本貿易振興機構(JETRO)、国際交流基金等他の公的機関の海外事務所、民間企業の海外事業所等との連携強化に努めた。また、今年度は、省庁間の連携を図るための協議会が複数設立されたことを受け、これらの協議会に出席し情報交換に努めた他、初の試みとしてJETRO、国際交流基金との間で本部同士の連絡会を設け、連携強化を図った。

【在外公館、公的団体、民間企業等との主な協力・連携の例】

<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">在外公館</p>	<p>① 「第2回ジャパンデー」での訪日観光 PR (2008年6月1日 米国) ニューヨーク総領事館が中心となって現地日系企業、各種日本人コミュニティの協力を得て実施するイベントで宣伝印刷物を配布。</p> <p>② 総領事公邸でリテラー(旅行商品販売会社)対象セミナーを開催 (2008年6月19日 米国) VJC事業の一環として、在マイアミ日本国総領事公邸で、アメリカン航空、JTB USAと共同でヒスパニック富裕層の訪日旅行促進のためのリテラー(旅行商品販売会社)対象セミナーを開催。</p> <p>③ 「インドネシア・日本博覧会 2008」で訪日観光 PR デスクを設置 (2008年11月9日 インドネシア) 日本とインドネシアとの国交樹立 50 周年を記念して開催された博覧会の中のイベント「日本の祭り」(主催在ジャカルタ祭りの会、共催日本大使館、国際交流基金)において、JNTO は在ジャカルタの複数の県人会と合同で訪日観光 PR デスクを設置し、訪日旅行をPRした。来場者数は約7万に達した。</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">日本貿易振興機構</p>	<p>① 日本貿易振興機構(JETRO)との連絡会の開催 JETRO とは従来から海外事務所が個別に連携を行っていたが、より一層の連携強化を目的として、本部レベルによる連絡会を2008年8月に開催した。</p> <p>② ハノーバーメッセ(産業見本市)における連携 (2008年4月21日～25日 ドイツ) JETROが出展した標記見本市において、VJCの訪日観光紹介ビデオの上映及びJNTO、VJC作成の訪日旅行に関するパンフレットを配布し、訪日旅行のPRを行った。</p> <p>③ Japanese Food & Sake Festivalへの共同出展 (2009年3月5日 米国) Japanese Food Culture Associationが主催するカリフォルニア州アナハイムでの日本食普及イベントにおいて、総領事館、JETRO、国際交流基金と共同ブースを出展し、訪日観光PRを行った。</p>

国際交流基金	<p>① 国際交流基金との連絡会の開催 国際交流基金とは従来から海外事務所が個別に連携を行っていたが、より一層の連携強化を目的として、本部レベルによる連絡会を2008年4月に開催した。</p> <p>② テグ旅行見本市出展時の国際交流基金からの協力 (2008年4月3日～6日 韓国) 韓国第3の都市テグの旅行見本市にVJCブースを出展。その際、国際交流基金から日本文化、日本食等の資料提供を受け、訪日旅行の多様な魅力をPRすることが出来た。</p> <p>③ 国際基金主催浮世絵展への協力 (2008年6月2日～7月4日 韓国) 国際交流基金がソウルにおいて浮世絵の展示会を開催した際に、JNTOは観光促進の観点から、東海地方のガイドブック、ポスター、イベント用の景品を同基金に提供した。</p>
関係省庁等	<p>① 「日本ブランドの確立と発信に関する関係省庁連絡会議」への参加 内閣官房知的財産戦略推進事務局が主催する連絡会議及び連絡会議幹事会へオブザーバーとして参加した。</p> <p>② 「観光立国の実現に向けた我が国の文化芸術の海外発信-文化、外交、観光の連携-」への参加 国交省・外務省・文化庁が緊密な連携・協力を図るために開催した会合にオブザーバーとして参加した。</p> <p>③ 「我が国の在外拠点間の連携強化のための本部間会合」への参加 外務省が開催した標記会合へ出席した。</p> <p>④ 沖縄県連絡協議会の開催(2008年6月17日、11月17日開催) 沖縄振興法に基づき沖縄県における国際観光振興に関して定期的な協議会を開き、観光戦略の策定を支援した。</p>
他国政府観光局	<p>① フランス政府観光局と共同で日仏観光交流年事業を実施 (2008年5月) 日仏観光交流年事業として、フランス政府観光局と共通のビジュアルを活用した交通広告をはじめとした共同プロモーション事業を実施した。ビジュアルには日仏の「海に浮かぶ世界遺産」である厳島神社とモン・サン・ミシェルを使用した。</p> <p>② モントリオール国際旅行博覧会においてアジア諸国NTOとアジアコーナーを形成 (2008年10月24日～26日) ケベック州最大の都市モントリオールで開催された国際旅行博覧会(Salon International Tourism Voyage 2008)において、中国、韓国等の政府観光局(NTO)に呼びかけ、隣接して出展することでアジアコーナーを形成した。</p>
民間企業	<p>① 旅行会社等と共同でコンベンション専門見本市IMEX2008に出展 (2008年4月22日～24日 ドイツ) フランクフルトで開催された欧州最大のコンベンション専門見本市IMEX2008にコンベンション推進機関、航空会社、旅行会社、ホテル、国際会議場等計14機関と共同出展を実施した。バイヤーとの250件の商談、約100名のブース来訪者からの問い合わせに対応し、日本でのコ</p>

<p>ンベンション開催を働きかけた。</p> <p>② 中国銀聯と共同でメディア支援事業を実施 (2008年7月6日～11日 中国)</p> <p>中国の銀行間ネットワーク決済システムの運営会社である中国銀聯と中国の有力旅行雑誌の記者を大阪・京都・奈良・神戸の4地域に招請するメディア支援事業を実施した。</p> <p>③ 航空会社、旅行会社等と共同で旅行業界紙に差込冊子を作成 (2008年10月13日 米国)</p> <p>VJCの一環として、米国西海岸の有力業界雑誌Travel Age West(発行部数:2.6万部、隔週)と共同で、10月13日号に日本の冬の魅力を紹介する差込冊子を作成した。航空会社や旅行会社等7社からも本事業への参加を得た結果、ページ数は当初予定の8ページから12ページに増加した。</p>
--

【国交省が実施する国際観光協議への協力】

タイ	日タイ観光小委員会を平成21年2月27日、バンコクにて開催し、該委員会にバンコク事務所長が出席して意見交換を行った。
----	--

【国内関係団体との主な協力・連携の例】

(財)日本ホテル教育センター (2008年9月2日)	日本ホテル教育センター主催の「女将・イン・コリア」に対しVJCとして後援を行うと共に、JNTOソウル事務所がVIPのスケジュールの調整、一般招待客の集客、広報等に全面的な協力を行った。その結果、現地参加者は110名に達した。イベントでは日本各地の旅館の女将14人が着物姿で旅館の魅力を韓国のメディア並びに旅行関係者にアピールした。
(財)地域伝統芸能活用センター (2008年11月6日)	(財)地域伝統芸能活用センター主催の「岩手・東北観光セミナー」の開催に協力した。JNTOシンガポール事務所は、近年のシンガポール市場における訪日旅行の動向および東北地方全体の観光魅力についてのプレゼンテーションを行った。セミナーへは旅行会社、メディア関係者等の約60名が参加した。

【観光関連団体・自治体等を対象とした講演の例】

立教大学観光学部 (2008年5月28日)	「観光学部観光政策講義」と題して、コンベンション誘致部長がインバウンドに関する講演を行った。
全国市長会 (2008年7月8日)	第12回年と観光に関する研究会において「VJCの進捗状況について」と題して理事長が講演を行った
東京商工会議所 (2008年9月3日)	観光委員会講演会において「観光庁設置後のインバウンド施策等」と題して理事が講演を行った。

【参考資料3 職員講演実績】

③ その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

地方との連携強化を図るため、地方運輸局や地方自治体への訪問活動を組織的に行った。

【参考資料4 地方運輸局・地方自治体等訪問実績及び地方連携の例】

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

(5) 随意契約の見直し

【中期目標】

国における見直しの取組等を踏まえ、「随意契約見直し計画」等に基づき、不断の見直しを行い、一般競争入札の導入・範囲拡大や契約の見直し等を通じた業務運営の一層の効率化を図るとともに、その取組状況を公表する。また、契約が一般競争入札等による場合であっても、特に企画競争、公募を行う場合には、競争性、透明性が確保される方法により実施する。さらに、監事による監査において、入札・契約の適正な実施についてチェックを受けるものとする。

【中期計画】

国における見直しの取組等を踏まえ、「随意契約見直し計画」等に基づき、不断の見直しを行い、一般競争入札の導入・範囲拡大や契約の見直し等を通じた業務運営の一層の効率化を図るとともに、その取組状況を公表する。また、契約が一般競争入札等による場合であっても、特に企画競争、公募を行う場合には、競争性、透明性が確保される方法により実施する。さらに、監事による監査において、入札・契約の適正な実施についてチェックを受けるものとする。

【年度計画】

外部業者との契約については、19年12月に策定した「随意契約見直し計画」に基づき、原則として一般競争入札等によることとするほか、契約に係る情報の公表を行う。

また、監事による監査において、入札・契約の適正な実施について徹底的なチェックを行う。

① 年度計画における目標設定の考え方

国における随意契約の見直しの取り組み等を踏まえ、不断の見直しを行い、業務運営の効率化を図る。

② 当該年度における取り組み

- ・ 随意契約については、19年12月に「随意契約見直し計画」を策定・公表し、その実施に取り組んでおり、平成20年7月には見直し計画のフォローアップをホームページで公表した。
- ・ 平成20年度においては、33件、289百万円を競争契約等(企画競争及び公募を含む)により契約を行った。
- ・ 「随意契約見直し計画」を踏まえ、随意契約率の引き下げを行った。
平成20年度 件数43.1%(前年度45.5%) 金額52.6%(前年度77.3%)
- ・ 会計検査院からの指摘事項を踏まえ、以下の規程改正を行った。
 - *包括的随意契約条項の削除。
 - *複数事業年度にまたがる契約についての条項を追加。
 - *「一般競争契約(総合評価落札方式)に関する基本指針」の策定。
- ・ 「随意契約に係る監査」として、定例の決算監査とあわせて監事による監査を実施した。

- ・ 企画競争、公募を行う場合の実質的な競争性の確保については、基本的な指針を作成し、その中で2社以上の申し出があった場合の取り扱い方法等を定め、競争性を確保した。
- ・ 競争性のない随意契約の内容は、会計規程第34条第1項第1号「契約の性質又は目的が競争を許さないとき」による本部事務所の借家料等が主であり、移行は困難である。
- ・ 1者応札・1者応募については、一般競争実績23件に対し、1者応札は5件(21.7%)と、1者応札率は高くないが、1者応札・1者応募の改善方策について、ホームページで公表した。
- ・ 契約手続きの執行体制は、1件あたり100万円以上の契約については、契約担当部(経理グループ)で審査し、決裁を行っている。なお、500万円以上の契約については、監事に回付している。

	19年度実績			20年度実績		
	件数	金額(百万円)	平均落札率	件数	金額(百万円)	平均落札率
一般競争入札等	36	113		33	289	
競争入札	28	71	74.5	24	234	79.8
企画競争・公募	8	43	99.6	9	55	98.2
随意契約	30	387	98.6	25	320	97.4

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

(6) 民間からの出向者等の活用

【中期目標】

ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部事務局の機能を確実に承継するとともに、海外事務所の組織体制を整備するため、民間からの出向者、中途採用者及び現地採用職員の積極的な活用を図る。

【中期計画】

海外宣伝業務担当部門を中心に、民間からの出向者や中途採用者の積極的な活用を図るとともに、海外事務所においては、現地採用職員の積極的な活用を図る。また、地方自治体等からの有能な人材の登用も行い、他機関との連携強化による効率的な業務運営を図る。

【年度計画】

海外宣伝業務担当部門を中心に、民間からの出向者や中途採用者の積極的な活用を図るとともに、海外事務所においては、現地採用職員の積極的な活用を図る。また、地方自治体や観光関連事業者からの有能な人材の登用も行い、他機関との連携強化による効率的な業務運営を図る。

① 年度計画における目標設定の考え方

事業パートナーである地方自治体や民間企業のニーズを的確にくみとり機構の事業に反映させるとともに、民間の業務手法を機構の運営に取り入れることを目的として、地方自治体、観光関連事業者等から人材の受入を行う。

② 当該年度における取り組み

- ・ 地方自治体・観光関連事業者等から経験豊富な人材の受入れを継続実施した。
- ・ 観光関連事業者等に人材の派遣を呼びかけ、新たに9名を受入れた。
- ・ トロント事務所の派遣職員1名に代え、現地採用職員をディレクターに抜擢した。

③ その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

(1) 中途採用の実施

就業経験者を対象として、中途採用募集を行った。観光業界にとどまらず、幅広い業種経験の応募者に対し試験、面接を実施し、約670名の応募者の中から3名を採用した。

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

(7) プロパー職員の育成等

【中期目標】

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

【中期計画】

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

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

プロパー職員を中核とした体制を構築するため、語学を始めとする専門能力をもった職員の採用・育成に努め、プロパー職員が国際観光振興機構の中核として担うべき役割を的確に果たすことのできる体制を構築する。また、国からの出向者については、プロパーの育成状況等を踏まえ、段階的に受入れを縮小するものとする。

【年度計画】

本部採用のプロパー職員に対しては、海外事務所勤務を含め様々な業務を経験できるようキャリア形成に配慮した人事異動を行い、OJTや内外の研修等も活用し、職員の意欲向上と能力開発を図る。

また、現地採用職員に対しては、その能力・意欲に合わせた処遇の改善を行い、業務への取組意欲の向上を図るとともに、一層の活用を進める。

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

プロパー職員を中核とした体制を構築するため、語学を始めとする専門能力をもった職員の採用・育成に努め、プロパー職員が機構の中核として担うべき役割を的確に果たすことのできる体制を構築する。また、国からの出向者については、プロパー職員の育成状況等を踏まえ、段階的に受入れを縮小するものとする。

① 年度計画における目標設定の考え方

プロパー職員を中核とした体制を構築すべく、OJTや外部研修等も活用して職員研修の充実を図り、職員の意欲向上と能力開発に努める。

② 当該年度における取り組み

(1) 職員の意欲向上と能力開発

新規職員に対するオリエンテーションから管理職等を対象とした職階別研修をはじめ、インバウンド業務関連やコンプライアンス等の共通研修等、多彩な研修の実施及び奨学金制度の活用等により、職員の主体的な能力開発の支援に努めた。

<20年度研修実績>

研修内容	対象	時期
新規メンバー・オリエンテーション	中途採用・出向職員等	4月、1月
マーケティング資料に関する説明会	若手職員等	4月
業務関連勉強会	全職員	5月他3回
コンベンション研修会	各部推薦者	6月
海外事務所帰国者報告会	全職員	5月他4回
情報公開・個人情報保護制度研修会	一部職員	8月
監査セミナー	一部職員	9月
知的財産権研修	一部職員	9月
感染症対策セミナー	一部職員	9月
個人情報保護制度説明会	一部職員	10月
予算編成支援システム研修	一部職員	10月
印刷費積算講習会	一部職員	10月
説明力向上研修	一部職員	12月、1月
英語プレゼンテーション研修	海外赴任候補者	1月
運輸調査局研究報告会	一部職員	1月
個人情報保護法研修会	全職員	2月
個人情報保護法制セミナー	一部職員	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(4回)
電話スキルアップ研修	一部職員	3月

<20年度奨学金給付実績>

外国語 10名 12件	ドイツ語上級レベル1名延べ2件、フランス語初級レベル3名、フランス語中級レベル2名延べ3件、中国語中級レベル1名、韓国語中級レベル1名、英語上級レベル1名、英語中級レベル1名
-------------------	---

(2) 人事考課の実施

全職員を対象に、業務実績、能力、業務に対する姿勢等を評価項目として人事評価を行い、その結果を処遇に反映した。海外事務所の現地採用職員についても同様の人事評価を行い、成績が優秀な者には特別手当を支給するなど処遇に反映させた。また、物価等の上昇が著しい国に所在する海外事務所の現地採用職員については、物価等の上昇を踏まえた給与の調整を行った。

(3) 海外事務所の現地採用職員に対する新しい人事制度の検討

海外事務所の現地採用職員に対する新しい人事制度の検討を行った。新制度では、海外事務所員に求められる職務を4カテゴリーに設定し、現地採用職員の能力を適正に評価した上でいずれかのカテゴリーに配属し、職務に応じた処遇を整備することにより、現地採用職員の職務能力の最大限の活用と意欲向上を図ることを目的としている。新制度は平成21年度中の実施を目指し、詳細を調整中である。

(4) 国からの出向者の縮小

トロント事務所の派遣職員(国からの出向者)1名に代え、現地採用職員をディレクターに抜擢した。

(5) 新卒採用の実施

プロパー職員の拡充のため、平成21年度の新卒採用を実施し、約300名の応募者の中から3名を採用した。新卒採用は4年ぶりとなる。

③ その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

- ・ JNTO の女性管理職数は5名、比率は19%。

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

(8) 内部統制の充実

【中期目標】

内部規程の整備、職員に対する周知等により、内部統制の充実を図る。

【中期計画】

組織規程等について、必要に応じて適切に見直しを行うとともに、職員等に対する周知を徹底する。

【年度計画】

組織規程等について、必要に応じて適切に見直しを行うとともに、職員等に対する周知を徹底する。

① 年度計画における目標設定の考え方

内部統制の充実を図るべく、組織規程等について、職員等に対する周知徹底に努める。

② 当該年度における取り組み

(1) 研修会等を通じた内部統制の拡充強化

新規メンバーに対するオリエンテーションをはじめ、随時業務関連研修時に情報提供・教育に努めるとともに、全職員を対象とした個人情報保護法の研修会の開催等を通じて内部統制の拡充強化を図った。(20年4月及び21年1月…新規メンバー・オリエンテーション、21年2月…個人情報保護法研修会)

(2) 内部統制・コンプライアンス体制の整備状況

コンプライアンス体制の整備のため、以下のとおり規程を定めている。

- ・ 組織運営においては、組織規程をはじめ、役員会の設置規程、部長会の設置要領、理事長の職務代理等、専決事務処理内規を定め、責任ある体制を確立して業務の円滑な遂行を図っている。
- ・ 労務管理においては、労働基準法の規定に基づき就業規則を作成しているほか、倫理規程、衛生管理規程、ハラスメント防止規程を定め、懲戒審査委員会、衛生委員会、労働環境紛争パネルを設置し、業務に対する国民の信頼確保、役職員の健康の保持増進及び職務能率の向上を図っている。
- ・ 文書管理・情報公開においては、文書管理規程を定め、事務処理の適正化及び能率の向上等を図っている。また、法人文書の開示、個人情報の管理規程を定め、情報公開に係る開示手続の円滑な実施を図るとともに、保有個人情報の適切な管理を行っている。
- ・ 危機管理においては、緊急事故・事態における速やかな業務回復を図るため、情報伝達手順を定めるなど危機管理体制を確立している。

(3) 監事監査

定例の監査において、内部監査についても監査を受けた。平成20年度は、内部統制の状況について、「内部統制に必要なビジョン、ミッション、行動指針、就業規則等の各種規程等は整備さ

れている。また、保有する個人情報等の保護については、その漏洩のリスクを回避するため、毎年、職員を対象にした個別の説明会を開催し、注意喚起等の周知徹底を図っている。また、本部各部の部長及び各海外事務所長による点検チェックも行われている。総務部による海外事務所への内部監査も行われ、内部統制の徹底に努めている。」との報告を受けている。

③ その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

- ・ 業務・マネジメントに対する国民からの意見・感想等について、ホームページ上での受付を準備している。

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(9) 活動成果の明確化

【中期目標】

国民への説明責任の徹底及び各事業の必要性・効率性等の評価に資する観点から、業務実績やセグメント情報等の公表の充実を図るとともに、機構の活動成果がより明確となるようなアウトカム指標の設定に向けた取組を実施する。

【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、事業成果に関して業務実績報告書及び年次報告書においてとりまとめるとともに、それらを機構のWEBサイトで公開する。

その際、外国人旅行者の増減要因を分析するとともに、国の政策目標である外国人旅行者の増加への貢献を始めとする機構の活動成果がより明確となるよう、諸外国の政府観光局の事例研究、サービスの満足度の測定等を実施し、アウトカム指標の設定に向けた取組を着実に推進する。

海外事務所に関しては、各事務所ごとに、その活動内容や事業の成果を報告する。その際は、事務所ごとの活動内容を示す明確な指標を設定するとともに、経年変化も踏まえた具体的かつ定量的な報告となるよう努める。

【年度計画】

機構に対する国民の信頼を確保するという観点から、事業成果に関して業務実績報告書及び年次報告書においてとりまとめるとともに、それらを機構のWEBサイトで公開する。

その際、訪日外国人旅行者の増減要因を分析するとともに、国の政策目標である外国人旅行者の増加への貢献を始めとする機構の活動成果がより明確となるよう、諸外国の政府観光局の事例研究、サービスの満足度の測定等を実施し、アウトカム指標の設定に向けた取組を着実に推進する。

海外事務所に関しては、各事務所ごとに、その活動内容や事業の成果を報告する。その際は、事務所ごとの活動内容を示す明確な指標を設定するとともに、経年変化も踏まえた具体的かつ定量的な報告となるよう努める。

① 年度計画における目標設定の考え方

機構の運営や業務実績に関する情報を、明確で分かり易い内容にするよう努め、インターネットを通じて広く公表することにより、機構の業務に対する国民の認識・理解を高め、また、独立行政法人としての国民に対する説明責任を果たす。

② 当該年度における取り組み

(1) WEBサイト上で事業成果の公開

機構の事業成果を取りまとめた「業務実績報告書」及び「年次報告書」を機構WEBサイト上で公開している(http://www.jnto.go.jp/jpn/about_us/profile/index.html)。

(2) 事業成果の報告、アウトカム指標の設定に向けた取組

- ・ 訪日外国人旅行者の増減要因について、月例の訪日外客数の発表に際し海外事務所、事業担当部、調査研究グループが分析を行い、結果を報道資料として発表した。
- ・ 機構が主催する「JNTO 個別相談会」(注1)「インバウンド旅行振興フォーラム」(注2)において参加者に対しアンケート調査を行い、顧客満足度や改善点の把握を行った。(満足度について、前者は回答者の平均点が5点満点のうち4.4点、後者は「大変役立った」「役立った」と回答した方が回答者全体の88%であった。)

注1 「JNTO 個別相談会」

10月開催。JNTO の会員サービスの一環として、賛助団体・会員を対象に、事前アポイント制により JNTO 海外事務所長と面談。海外事務所長より、最新の訪日旅行市場に関する情報提供や、事業実施に関するアドバイス等を行う。

注2「インバウンド旅行振興フォーラム」

2月開催。地方自治体、旅行関係業界等を対象として、最新マーケットの動向や訪日旅行促進のノウハウの事例紹介等をプレゼンテーション形式で実施するとともに、賛助団体・会員向けには前述の個別商談会を実施。平成20年度は、賛助団体・会員以外も有料で参加を受け付けた。

【参考資料5 月例訪日外客数統計発表報道資料の例】

(3) 海外事務所の活動内容等の報告

海外事務所別のニュースレター発行、セミナー、旅行会社招請、メディア招請の実施状況については、次ページの表の通りである。

また、訪日旅行商品の造成・販売支援事業については、本報告書の「2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する目標を達成するためとるべき措置」の「(1) 海外宣伝業務」の「② 訪日外国人旅行者誘致のための事業」の「訪日旅行商品の造成・販売支援」に具体的な事例や数値を記載している。

この他、プレスリリースや JNTO の会員向けニュースレター「JNTO ニュースフラッシュ」を通じ、海外事務所が実施する事業の報告に努めた。

海外事務所別のニュースレター発行、セミナー、旅行会社招請、メディア招請の実施状況

	ニュースレター 類の発行 件数	セミナー		旅行会社招請				
		件数	人数	単独催行		YOKOSO! JAPANトラ ベルマート春 (6月) 人数	YOKOSO! JAPANトラ ベルマート秋 (10月) 人数	旅行会社 招請人数
				件数	人数			
ソウル	25	2	772	8	138	12	17	167
北京	24	7	538	1	76	4	15	95
上海	15	6	158	2	12	5	12	29
香港	28	4	122	7	49	13	20	82
バンコク	12	5	353	1	6	13	22	41
シンガポール	23	8	338	1	6	25	19	50
シドニー	8	3	218	1	12	12	13	37
ロンドン	10	1	115	3	19	0	15	34
パリ	11	6	687	1	10	1	18	29
フランクフルト	4	9	514	3	27	0	17	44
ニューヨーク	16	4	163	0	0	0	6	6
ロサンゼルス	6	0	0	6	49	0	14	63
トロント	4	0	0	0	0	4	13	17
本部		0	0	0	0	0	26	26
合計	186	55	3,978	34	404	89	227	720

	メディア招請						
	JNTO本部事業 (メディア広報予算)		JNTO本部事業 (海外プロモーション予 算)		VJC事業		メディア 招請人数
	件数	人数	件数	人数	件数	人数	
ソウル	14	28	7	96	0	0	124
北京	1	1	0	0	0	0	1
上海	1	6	0	0	0	0	6
香港	11	25	1	4	0	0	29
バンコク	14	71	4	15	0	0	86
シンガポール	4	19	0	0	0	0	19
シドニー	11	14	0	0	2	14	28
ロンドン	24	45	0	0	0	0	45
パリ	10	17	1	7	3	7	31
フランクフルト	13	17	0		1	6	23
ニューヨーク	8	20	0	0	0	0	20
ロサンゼルス	13	17	1	12	0	0	29
トロント	4	4	0	0	1	4	8
本部	2	7	0	0	1	4	11
合計	130	291	14	134	8	35	460

※YOKOSO! JAPANトラベルマート(商談会)を平成20年度は春(アジア・豪州の旅行会社対象)・秋(全世界の旅行会社対象)の2回開催し、参加者にはVJC/JNTOでファムトリップを提供した。

(4) 情報性のアクセスの容易化

機構の年度計画、業務実績、業績評価、財務に関する情報等はウェブサイトに関連項目を設けて公開した。業務に関わる特記すべき取り組みは業務実績報告書に記載し、ウェブサイトで公開することとしている。

③ その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

(1) 国内広報業務に対する重点的取り組み

機構の業務に対する国民の認識・理解を高めるため、国内広報に重点的に取り組んだ。具体的には、報道資料の発表(国交省記者クラブへの投げ込み、JNTO が保有する国内メディアのメーリングリストへのEメール送信、ウェブサイトでの公開)に加え、有効な広報案件を洗い出し効果的な広報の手法を検討するための月例の広報戦略会議の開催、記者会見の開催(4月、9月、1月)を行った。また、役職員による外部での講演にも積極的に取り組んだ。

【参考資料6 報道発表案件一覧】

【参考資料7 職員寄稿記事及びプレスリリース掲載記事】

(2) 外部評価委員会の開催

外部有識者による事業評価の一環として、各業界団体トップの有識者を委員とする「JNTO 特別顧問会議」を9月に開催した。また、訪日外国人有識者、主要プレスの論説委員などからなる「JNTO アドバイザリー・コミッティ」を12月に開催した。両委員会においては、JNTO の事業概要や組織運営に対する報告を行い、各委員より今後のJNTO の活動について貴重な提案、助言を得た。

【参考資料8 特別顧問会議、アドバイザリー・コミッティのメンバー】

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目標を達成するためとるべき措置

(1) 海外宣伝業務

>① 海外マーケット情報の収集・調査・分析・提供 <

【中期目標】

海外事務所の機能を最大限活用し、海外の市場動向等の情報を積極的に収集することにより、調査・分析・研究業務を充実するとともに、その結果について、事業パートナーと適切に情報共有を行い、事業パートナーに対するサービスの向上を図る。また、各市場ごとに、海外の市場動向等の情報に基づく効率的・効果的な事業計画を策定・公表し、日本の観光魅力の発信や現地旅行会社へのプロモーション活動等の取組を強力に推進する。

【中期計画】

世界の主要な市場国・地域における一般消費者の旅行動向、ニーズ等のマーケティング情報を収集・分析し、最新の各市場での情報や分析結果を出版物、セミナー等により、事業パートナー等へ提供する。

数値目標

事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が「役に立つ」という回答が平均して7割を上回ることを目指す。

【年度計画】

世界の主要な市場国・地域における一般消費者の旅行動向、ニーズ等のマーケティング情報を収集・分析し、最新の各市場での情報や分析結果を出版物、セミナー等により、事業パートナー等へ提供する。

数値目標

事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が「役に立つ」という回答が平均して7割を上回ることを目指す。

① 年度計画における目標値設定の考え方

事業パートナーへの情報提供サービスについて、サービスの質の観点から事業パートナーの満足度を測り、満足度向上の指針とすることにした。

② 実績値と取り組み状況

数値目標の達成状況

【機構からの情報提供に対する評価】

- ・ 10月16日に東京で開催した個別相談会においてアンケート調査を実施し、参加者に個別相談会

の満足度を5点満点で評価してもらったところ、回答者の評価平均点は4.4点(100点満点に換算すると88点)であった。

- ・ 2月6日に東京で開催したインバウンド旅行振興フォーラムにおける同フォーラム満足度アンケート調査結果では、JNTO 事業パートナーである回答者の100%が「役立った」と回答。

大変役立った	25%
役立った	63%
まあまあ役立った	12%
あまり役立たなかった	0%
全く役立たなかった	0%

- ・ JNTO インバウンド旅行振興フォーラムの開催会場において実施したアンケートでは、日頃 JNTO が事業パートナーに対して提供している各種サービスの利用状況もきいたところ、「よく利用している」、「利用している」、「これまで利用していないが、機会があれば利用したい」が回答者の84%を占めた。また、事業パートナーにとって最も利用頻度・満足度が高いサービスは何かきいたところ、以下の5サービスの評価が最も高かった。
 - ・ 週刊メールマガジン「ニュースフラッシュ」の配信
 - ・ JNTO 発行の調査統計資料の提供
 - ・ JNTO 海外事務所発行のニュースレター等による会員情報の海外 PR
 - ・ 外国語宣伝資料の海外事務所への定期海上発送利用
 - ・ 海外出張時のセールスアポイントメントのバックアップ

【市場情報提供の実施状況】

資料・事業名	時期	内容
日本の国際観光統計2007	平成20年7月	出版物 毎月の訪日外国人・出国日本人に関する統計は、報道発表資料として公表
JNTO 国際観光白書2008	平成20年9月	出版物
JNTO 個別相談会	平成20年10月17日	イベント・セミナー JNTO 賛助団体・会員を対象に参加者と海外事務所長等が事前予約制で個別に面談する個別相談会を東京にて開催 233名参加
JNTO インバウンド旅行振興フォーラム	平成21年2月6日	イベント・セミナー 参加者と海外事務所長等が事前予約制で個別に面談する個別相談会と、セミナー形式の

		市場説明会を東京にて実施 449名参加
JNTO 訪日外客訪問地調査 2007/2008	平成21年3月	出版物:平成19年度調査結果及び20年(暦年)調査結果の合体版 平成19年度調査結果に関しては平成20年2月のインバウンド旅行振興フォーラム、平成20年(暦年)調査結果に関しては平成21年2月のインバウンド・フォーラムで速報結果を発表
JNTO 訪日外客消費動向調査2007	平成21年3月	出版物 速報結果に関しては、平成20年9月に公表
JNTO ニュースフラッシュ	通年	週刊メールマガジン 原則毎週金曜日に発行。計49回発信

③ その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

- ・ 「日本の国際観光統計」には、利用者が統計を活用しやすいように、統計表を収録したCDを添付した。
- ・ 従来年度調査として行われていた「訪日外客訪問地調査」を暦年調査に変更し、2008年の調査結果を年度内に報告書として取りまとめた。(出版は4月)

【参考資料9 訪問地調査の概要】

【参考資料10 「JNTO 国際観光白書2008」の発行】

【参考資料11 第6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目標を達成するためとるべき措置

(1) 海外宣伝業務

>② 訪日外国人旅行者誘致のための事業<

ア 事業計画の策定

【中期目標】

海外事務所の機能を最大限活用し、海外の市場動向等の情報を積極的に収集することにより、調査・分析・研究業務を充実するとともに、その結果について、事業パートナーと適切に情報共有を行い、事業パートナーに対するサービスの向上を図る。また、各市場ごとに、海外の市場動向等の情報に基づく効率的・効果的な事業計画を策定・公表し、日本の観光魅力の発信や現地旅行会社へのプロモーション活動等の取組を強力に推進する。

【中期計画】

我が国の観光魅力を海外に発信し、訪日旅行の需要を喚起するとともに、訪日旅行商品の開発・販売を支援する事業を効果的・効率的に実施するため、海外事務所が入手する情報や、本部が実施する調査結果等を活用し、各市場の具体的なプロモーションの事業計画を策定する。

事業実施に当たっては、機構が、民間事業者、地方自治体等との間のコーディネート機能を主導的に発揮し、事業の効果的実施を図る。

【年度計画】

我が国の観光魅力を海外に発信し、訪日旅行の需要を喚起するとともに、訪日旅行商品の開発・販売を支援する事業を効果的・効率的に実施するため、別添1の各市場別の事業計画に基づき、事業を推進し、または国に対して協力を行う。

事業実施に当たっては、今年度、ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部事務局から機構に承継されたビジット・ジャパン・キャンペーン事業における役割を生かし、国の行うビジット・ジャパン・キャンペーン事業並びに機構の行う事業が、最大限効果を挙げるべく、民間事業者、地方自治体等とも連携して取り組む。

① 年度計画における目標設定の考え方

各海外市場別にターゲットとなる訪日層の年齢、性別、地域別のプロモーション計画を立て、VJCやJNTO 事業を組み合わせることで効果的な事業実施を目指す。その際には地方運輸局や自治体、民間などの事業パートナーとの協力連携に努める。

② 当該年度における取り組み

(1) 地方連携への取り組み

VJC 実施本部事務局の機能承継を受けて、全国10の地方運輸局(沖縄は沖縄総合事務局)主催による「VJC 地方連携事業・企画説明会」へ JNTO 職員が出席した(10月27日～11月17日)。JNTO 職員は VJC 本部事業の方向性・市場概況等の説明、参加者との質疑応答を行い、JNTO と地方自治体それぞれの実施事業の効率的な連携を図った。

③ その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

(1) 日仏観光交流年の実施

日仏修好友好条約締結150周年を記念し、平成20(2008)年は日仏観光交流年に設定された。フランス政府観光局と協力し日仏双方向の観光交流を促進すべく、記念サイトの開設、交通機関を使った広告、観光セミナー等両国で共同キャンペーンを展開し、観光目的地としての日本の魅力を発信した。

【参考資料12 日仏共同キャンペーン報道資料】

(2) 台湾・香港における「日本をもっと楽しもう！キャンペーン」

平成21年3月1日～31日、訪日外国人観光客の減少への緊急的な対応として、事業の即効性が期待される香港・台湾向けに個人旅行の増加を目的にしたウェブサイトによるプロモーションを実施した。内容としては旅行者向けの各種特典や東京・大阪のモデルルートとともに、多様な観光情報をキャンペーンサイトより提供した。また、航空会社(JAL・ANA)、日本ホテル協会、JR東日本・スルツとKANSAIのほか民間事業者と連携を図り、当該サイトへの誘導を図るため、航空券と宿泊、レールパスをセットにした訪日旅行を賞品としたプレゼントキャンペーンも実施した。キャンペーン期間中のサイトアクセス数は香港 82,029件、台湾116,466件であった。

(3) 職員の地方自治体観光顧問への就任

本年度に機構を定年退職し、再雇用制度でシニア・スペシャリストとして再雇用された職員が静岡県産業部観光顧問に就任した。同職員は機構での外国人観光案内所、香港事務所等の勤務経験を活かし、外国人旅行者の誘致・受入れについて、同県にアドバイスをを行い、地方自治体による VJC 事業をはじめとする外国人旅行者誘致事業の円滑な実施に貢献した。

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目標を達成するためとるべき措置

(1)海外宣伝業務

>②訪日外国人旅行者誘致のための事業<

イ 広告宣伝・メディア広報事業

【中期目標】

海外事務所の機能を最大限活用し、海外の市場動向等の情報を積極的に収集することにより、調査・分析・研究業務を充実するとともに、その結果について、事業パートナーと適切に情報共有を行い、事業パートナーに対するサービスの向上を図る。また、各市場ごとに、海外の市場動向等の情報に基づく効率的・効果的な事業計画を策定・公表し、日本の観光魅力の発信や現地旅行会社へのプロモーション活動等の取組を強力に推進する。

【中期計画】

各市場のターゲット・セグメントに対する広告宣伝事業では、様々なメディア媒体（WEBサイト、テレビ、新聞・雑誌、等）を効果的に組み合わせることで相乗効果をあげるよう努力する。

特に、WEBサイトを最も重要なマーケティング手段として位置づけ、WEBサイトの効率的・効果的な活用を図るとともに、一般消費者、旅行会社、メディア等からの問合せに対してもWEBサイトを最大限活用し、良質の情報を効率的に提供する。

また、訪日旅行者及び海外送客事業者を対象とする情報コンテンツや機能の拡充（訪日旅行者に関心の高い「食」や「ショッピング」等に関する実用情報、ユーザー参加型機能、言語追加、動画ライブラリ整備等）を行う。

メディア広報事業については、海外の有力なメディア（在日外国人メディアを含む。）に対し、WEBサイトやニュースレターによる日本観光情報の提供などを通して訪日取材を働きかける。

訪日取材に際しては、国内マーケットのニーズやツアー造成事業に連動した適切な取材対象の選定、国内旅行関連業界との協力による取材先のアレンジ、取材経費の一部負担の支援等を行うことにより、より訪日促進効果の高い記事掲載を促すとともに、WEBサイトへの誘引を働きかける。

数値目標

中期計画期間中に、機構のWEBサイトのアクセス数を1億ページビューにする。

【年度計画】

ターゲット・セグメントに対する広告宣伝事業を訪日需要喚起を目的とするプロモーション事業の最重要分野と位置付け、様々なメディア媒体（WEBサイト、テレビ、新聞・雑誌等）を効果的に組み合わせることで相乗効果をあげるよう努力する。

特に、WEBサイトを最も重要なマーケティング手段として位置づけ、WEBサイトの効率的・効果的な活用を図る。

良質の情報を効率的に提供するため、訪日旅行者及び海外の旅行業者を対象として、ショッピング等の情報コンテンツの拡充を行う。

海外の有力なメディアに対し、WEBサイトや海外事務所が発行するニュースレターによる日本観光情報の提供等を通して訪日取材を働きかける。

訪日取材に対しては、国内マーケットのニーズやツアー造成事業に連動した適切な取材対象の選定、国内旅行関連業界との協力による取材先のアレンジ、取材経費の一部負担の支援等を行うことにより、より訪日促進効果の高い記事掲載を促す。

数値目標

機構のWEBサイトのアクセス数を6,000万ページビューにする。

① 年度計画における目標値設定の考え方

JNTO ウェブサイトへのアクセス数が対前年度比一定の割合で増加し、中期計画期間最終年(平成24年度)に1億ページビュー(以降 pv)に達すると想定した場合、1年分の伸び率は概ね12.0%程度となる。平成19年度のアクセス数にこの伸び率を適用した6,350万 pv を、平成20年度の数値目標として設定した。

(注)上記伸び率は、目標値設定時点の平成20年2月末時点のアクセス数見込み値(約5,670万 pv)を元に算定しているため、平成19年度の実績値(5,733万 pv)から求めた実際の平均伸び率(約11.7%)とは異なる。

② 実績値と取り組み状況

数値目標の達成状況

【ウェブサイトアクセス数(ページビュー数)】

平成20年度の JNTO ウェブサイトのアクセス数は平成19年度実績(約5,733万 pv)から約18%増の約6,765万 pv となり、平成20年度計画の数値目標である6,000万 pv を大幅に上回った。

③ 数値目標の達成状況:ウェブサイトアクセス数(ページビュー数: pv数)

中期計画目標値 (pv)	19年度実績 (pv)	20年度目標値 (pv)	20年度実績 (pv)	19年度に対する 増加率
1億	5,733万	6,350万	6,765万	18%増

【参考資料13 ウェブサイトの言語別アクセス数推移】

取り組み状況

(1)ウェブサイト情報コンテンツの拡充

平成20年7月に開催された北海道洞爺湖サミットに併せ、北海道の観光魅力を紹介する特集コンテンツ「Eco Assets in Hokkaido」を制作した。また、訪日旅行者に人気の富士山をテーマに、登山、周辺おすすめスポット、交通アクセスなど、問い合わせが多い情報項目を中心としたコンテンツを整備した。

(2)YouTube との連携

世界最大の動画投稿サイト「YouTube」に、公式チャンネル「Visit Japan Channel」(<http://jp.youtube.com/visitjapan>) を開設し、VJC 実施本部事務局や地方公共団体等が制作した観光動画コンテンツ(外国語による字幕または音声による解説付)の情報発信を行った。2009年3月末時点で178本の動画が同チャンネルで視聴可能であり、開設から平成21年3月末までの再生回数は383, 582回であった。

【参考資料14 「Visit Japan Channel」トップページ】

(3)情報提供言語の拡充

今後の有望訪日旅行市場と考えられるポルトガル語、ロシア語圏向けに、日本観光情報の提供を開始した。この結果、観光情報の提供言語は9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、葡語、露語)となった。

【参考資料15 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充実

地方自治体、観光関連企業等からの協力を得て、フォトライブラリー掲載画像の充実に努めた結果、画像数は昨年度から約2, 400枚増加し、約5, 000枚となった(平成21年3月末時点)。その結果、画像のダウンロード数は昨年度に比較して、壁紙用で約4. 2倍、印刷用で約2. 5倍となり、利用が大幅に増加した。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	平成19年度	平成20年度
壁紙ダウンロード数	121, 813件	516, 213件
印刷用ダウンロード数	36, 243件	89, 965件

【参考資料16 平成20年度のフォトライブラリーの利用状況】

(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	144件	396件
海外事務所のニュースレター発行、情報提供、各種アレンジ等による訪日旅行情報の提供	186件 ※ニュースレター発行件数のみ	1,402件
VJC事業での招請・取材協力	8件	301件

※記事掲載・番組放映件数は平成20年度中に掲載・放映を確認した件数である。

各海外事務所におけるニュースレター発行等の情報提供活動、並びに有力メディアに対する訪日取材の働きかけ等の的確なセールス活動が奏功した結果、全体で2,099件ものメディアへの露出が実現した。

【参考資料17 メディア広報事業実績の内訳】

【参考資料18 海外事務所発行のニュースレターの例(トロント事務所発行)】

メディア広報活動の事例としては、

- ・ ミシュラン社が平成21年3月16日に発行した「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン(MICHELIN Le Guide Vert Japon)」では JNTO がパリ観光宣伝事務所を通じて発行を働きかけて実現し、日本の各地方の観光魅力発掘に繋げることができた。

【参考資料19 ミシュラン・グリーン・ガイド・ジャポン発行】

- ・ 韓国ではMBCドラマ「夜がくるたび」の日本撮影支援(ロケ地:金沢市)を行い、視聴率としては 平均8.7%(ロケ地金沢放映日11.6%)、視聴者数概算では417万6,000人(韓国人口4,800万人換算)に達した。
- ・ 香港では テレビ番組の活用による冬の訪日旅行魅力(スノーアクティビティ中心)PR 促進事業を実施し、視聴者数は1回あたり約21万人で計8回の放送を行った。
- ・ タイでは「中国・九州・沖縄向けツアーの開発・販売支援」をテーマとして、媒体名 Are-V-Go(発行部数5万5,000部)を使い訪日旅行多様化促進事業を実施した。
- ・ 豪州ではスキー・旅行雑誌「Getup&Go」(発行部数3万5,000部)、「Snow Action」(発行部数2万5,000部発行)で広告掲載事業を実施し、訪日スキー旅行の促進を行った。

- ・ 米国西海岸では有力ダイビング旅行雑誌のウェブサイト「Scuba Diving Magazine」(月平均 94,464ビジター)、「Sports Diving Magazine」(月平均100,000ビジター)を利用して米国発ダイビング旅行促進事業を実施した。
- ・ 中国の上海ではツアーの訪問地域が東日本偏重となる現状を是正するため、京阪神滞在型や関西・西日本周遊型のツアー開発・販売を年間通じて支援した。「Oggi」(発行部数46万8,000部)など従来とは異なるメディアも活用し、ショッピング情報も交えて地域の魅力を訴求した。大阪滞在型ツアーから成果が出始め、瀬戸内エリアまでカバーするツアーなどにも進展・波及した。

③ その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

(社)日本産業広告協会が主催する2008年度「日本BtoB 広告賞」ウェブサイト部門において、機構ウェブサイト英語版、中国語(繁体字、簡体字)版が銀賞を受賞した。

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目標を達成するためとるべき措置

(1)海外宣伝業務

>②訪日外国人旅行者誘致のための事業<

ウ 訪日旅行商品の造成・販売支援

【中期目標】

海外事務所の機能を最大限活用し、海外の市場動向等の情報を積極的に収集することにより、調査・分析・研究業務を充実するとともに、その結果について、事業パートナーと適切に情報共有を行い、事業パートナーに対するサービスの向上を図る。また、各市場ごとに、海外の市場動向等の情報に基づく効率的・効果的な事業計画を策定・公表し、日本の観光魅力の発信や現地旅行会社へのプロモーション活動等の取組を強力的に推進する。

【中期計画】

海外の旅行会社の訪日旅行商品造成を支援するため、情報提供・コンサルティング、旅行博覧会や展示会等への出展、有力旅行会社の日本への招請、日本における商談会の開催等の支援を行う。また、民間競争入札の導入等により、可能な限り民間委託を推進するとともに、一般消費者向けに日本の観光宣伝をあわせて行う際には、地方自治体、民間事業者等と連携することで、効率的・効果的な事業展開を図るべく努力する。

また、機構が主催する研修・セミナーの実施、現地旅行会社との共同広告、有力な訪日旅行販売担当となる可能性のあるJTS(Japan Travel Specialist)育成事業等により現地旅行会社の訪日旅行商品販売活動を支援する。

数値目標

中期目標期間中に、機構が造成・販売支援を行った旅行商品により訪日した外国人旅行者の数を60万人とする。

【年度計画】

海外の旅行業者の訪日旅行商品造成を支援するため、海外で開催される業界向け大規模旅行見本市へ地方自治体・民間事業者と連携して出展し、訪日観光セミナー等を実施する。また、平成21年度から実施を予定している民間競争入札の導入に向けた準備を行う。

海外の旅行業者(ホールセラー)、日本の旅行業者(ランドオペレーター)と連携して、訪日旅行を販売している海外の旅行業者(リテーラー)向け各種販売促進セミナーを実施する。

また、機構が主催する研修・セミナーの実施、現地旅行会社との共同広告、有力な訪日旅行販売担当となる可能性のあるJTS(Japan Travel Specialist)育成事業等により現地旅行会社の訪日旅行商品販売活動を支援する。

数値目標

機構が造成・販売支援を行った旅行商品により訪日した外国人旅行者の数を48.5万人とする。

① 年度計画における目標値設定の考え方

JNTOの直接支援(財政的支援)及び間接支援(コンサル等、財政支援を伴わない支援)の結果、旅行会社が日本に送客する外国人旅行者数を数値目標とした。直接支援については前年度比9.1%増、間接支援については前年度並みを目標とした。

② 実績値と取り組み状況

数値目標の達成状況

【機構支援の旅行商品により訪日した外国人旅行者の数】

20年度
478,281

平成20年下期から世界的金融危機に伴う景気低迷が訪日旅行需要にも影響を及ぼしたため、実績は年度数値目標をやや下回った。

(1) 訪日ツアー開発・造成支援事業の実施

JNTOは訪日旅行者の増加を目指してVJC重点国において旅行業者の訪日旅行商品造成や販売活動を支援した。主な実績は次の通り。

<中国の旅行博に出展>

11月20日～23日に上海で開催された「中国国際旅游交易会-CITM2008」にJNTOは観光庁と共同で日本パビリオンを運営した。従来の観光関連業界だけでなく百貨店・家電量販店など流通業界からも多数の出展があり、出展団体数・延べ面積共に過去最大規模に達し、訪日旅行・訪日ショッピングの魅力は大々的にPRすることができた。

<Eラーニング事業(旅行会社対象研修プログラム)の実施>

中国

旅行会社の販売・企画担当者を対象に、中国全土をカバーできる「訪日旅行スペシャリスト育成Eラーニング」を開講し、レベル1・レベル2合わせて753名が受講し、うち469人が「訪日旅行スペシャリスト」としての認定を受けた。また、成績優秀者については、実際に日本を体験する招請研修を行うことで、更なるツアー企画能力や販売スキルの向上を図った。

米国／ニューヨーク

意欲的な旅行会社(リテラー)の日本の知識向上と販売意欲向上を目的に、平成20年11月から翌年3月にかけてEラーニングを提供した。他の事業等でも同プログラムの告知を実施し、結果、修了者は2,158名で平成19年9月よりも330名増加した。

ドイツ

ドイツでのEラーニングにおいては、平成18年より実施の第1コース(初級)、平成19年より実施の第2コース(中級)・第3コース(上級)に加え、平成20年より世界遺産に特化した第4コースを加えて実施したところ、383名が終了試験を通過し、「ジャパン・ツアースペシャリスト」として認定された。

イギリス

英国では旅行会社社員が訪日商品販売にかかる知識を身につけ、訪日旅行商品/訪日旅行者の販売増を狙うため、Eラーニングを行い、登録者は602名で内、255名が終了した。

上記の他、カナダで実施したEラーニング事業については、報道資料で広報を行った。

【参考資料20 カナダでの Japan Travel Specialist(JTS)事業】

<訪日スキー促進事業の実施>

訪日スキー促進事業(韓国・香港・シンガポール市場合同開催)

訪日スキー旅行の促進を目的として、平成20年9月29日～30日に韓国・香港・シンガポール市場合同で訪日スキー旅行市場説明会、商談会を東京で開催し、また、これに併せて地方への視察を実施した。日本側関係者・海外の旅行会社が計134団体、212名が参加した。

<訪日教育旅行セミナーの実施>

シンガポールでは過去3回の実績を踏まえて8月4日教育旅行実施までの実務面を重点に置いた訪日教育旅行セミナーを実施した。シンガポール側75名(学校関係者58名、旅行会社・マスコミ等17名)、日本側27名(自治体19名、日本大使館4名、JNTO職員4名)が参加した。

(2)民間競争入札の導入に向けた準備

公共サービス改革基本方針に従い、平成22年1月にマドリードで開催されるスペイン最大の旅行博覧会 FITUR2010への日本ブース出展事業(海外旅行博覧会出展事業)の民間競争入札を平成20年12月に実施した。

③ その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

公的機関としてのNTO(政府観光局)ブランドと海外観光宣伝事務所のネットワークを活用して、VJC 重点国ではないが、今後訪日旅行者の増加が期待される国々で事業を実施した。主な実績は次の通り。

<ニュージーランドで訪日教育旅行セミナーを実施>

8月27日、JNTOシドニー事務所は、ニュージーランド最大の都市オークランドで旅行会社及び学校関係者を対象に訪日教育旅行セミナーを実施した。セミナーへは現地旅行会社、学校関係者等40名以上が出席した。セミナー出席者からはニュージーランドにおける、JNTOによるプロモーション拡大を期待する意見が聞かれた。

<インドネシア日本博覧会への観光ブース出展>

日本とインドネシアとの国交樹立50周年を記念する「インドネシア・日本博覧会2008」が11月1日から9日にかけて、ジャカルタで開催された。JNTOシンガポール事務所は、最終日の「日本の祭り」イベント会場に訪日観光PRデスクを設置し、訪日旅行のPRを行った。訪日観光PRデスクには、東北6県、滋賀県、石川県、広島県、熊本県、宮崎県、鹿児島県、及び沖縄県の県人会が協力し、それぞれ観光ポスターの掲示、パンフレットの配布および民芸品・工芸品の展示を通じて、各地方の観光魅力をPR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目標を達成するためとるべき措置

(2)国内受入体制整備支援業務

>①観光案内所の整備支援業務<

【中期目標】

観光案内所の整備支援事業や通訳案内士試験業務について、地方自治体や関係団体、外国人旅行者等のニーズの把握に努めるとともに、ニーズに応じた効率的・効果的な事業の展開を図る。

【中期計画】

外国語対応可能な観光案内所の整備を支援するために、機構のビジット・ジャパン案内所に加入した観光案内所に対し外国人対応に関するノウハウを提供するなどの支援を行い、観光立国推進基本計画に掲げられている「平成23年度までにビジット・ジャパン案内所の数を300箇所とする」目標の実現に国交省と協力して取り組むとともに、案内所の提供するサービスの質の向上に努める。

ビジット・ジャパン案内所指定・支援業務については、地方運輸局や地方自治体、業界団体等関係機関との役割分担や各案内所に求められるサービス内容を踏まえ、中期目標期間終了時までには事業の在り方を検討する。

ツーリスト・インフォメーション・センター(以下、「TIC」という。)は、TICを利用する訪日外客の動向、ニーズ等に関する情報を随時把握し、TICに求められるサービス内容を踏まえつつ、その情報を海外宣伝事務所、地方公共団体、民間事業者等にフィードバックするためのアンテナショップとしての機能を積極的に果たしていく。また、TICは最新日本観光情報の収集・整備を行い、海外事務所及びTICを訪れる外国人旅行者や、ビジット・ジャパン案内所に提供する情報収集整備機能を果たす。

【年度計画】

外国語対応可能な観光案内所の整備を支援するために、機構のビジット・ジャパン案内所に加入した観光案内所に対し外国人対応に関するノウハウを提供するなどの支援を行い、観光立国推進基本計画に掲げられている「平成23年度までにビジット・ジャパン案内所の数を300箇所とする」目標の実現に国交省と協力して取り組むとともに、案内所の提供するサービスの質の向上に努める。

ツーリスト・インフォメーション・センター(以下「TIC」という。)は、TICを利用する訪日外客の動向、ニーズ等に関する情報を把握し、それらの情報を機構の海外事務所、地方自治体、民間事業者等にフィードバックすることで、訪日外国人旅行者のニーズを探るアンテナショップとしての機能を積極的に果たしていく。また、最新の日本観光情報の収集・整備を行い、海外事務所及びTICを訪れる外国人旅行者や、ビジット・ジャパン案内所に提供する。

① 年度計画における目標設定の考え方

観光立国推進基本計画に記載されている政府目標の実現に協力するとともに、案内所網をさらに密にして観光案内所のサービス・機能の向上を図るために定めたものである。

② 当該年度における取り組み

(1) ビジット・ジャパン案内所ネットワークの充実に向けた取り組み

- ・ ビジット・ジャパン案内所のサービスの質の向上を目的として、外国人旅行者への案内業務に役立つ情報をまとめた「ビジット・ジャパン案内所通信」を全国の「ビジット・ジャパン案内所」とその運営主体宛てにEメールで送信した(年47回)。
- ・ TIC 作成の各種案内情報資料(英語)を全国の「ビジット・ジャパン案内所」とその運営主体宛てにEメールで送信した(年24回)。
- ・ 全国各地の「ビジット・ジャパン案内所」のスタッフを対象に、12月4日、5日の両日、東京都内の会場で、平成20年度「ビジット・ジャパン案内所」研修会を実施した。(参加者:100人)
- ・ 国交省と協力して「ビジット・ジャパン案内所」の増加に取り組んだ結果、平成19年度末の215箇所から232箇所へ増加した。

【参考資料21 ビジット・ジャパン案内所とは】

【参考資料22 ビジット・ジャパン案内所の所在地】

(2) TICによる取り組み

- ・ TIC訪問者に対するアンケート調査を実施し、調査結果を機構ウェブサイトで公開したほか、賛助団体・会員向け「JNTO ニュースフラッシュ」、マスコミ向けプレスリリース等を通じて広報した。アンケートのサンプル数は845、欧米系個人旅行者が中心である。
- ・ TICの来訪者数は対前年度比10.8%減の33,256人となった。世界経済の不況の影響を受け、秋以降の来訪者が対前年比で減少したことが理由として考えられる。

	平成19年度	平成20年度	対前年度増加率
来訪者数	37,281	33,256	-10.8%
(うち質問者数)	(32,440)	(29,313)	-9.6%
電話による照会件数	4,104	3,442	-16.1%
手紙による照会件数	110	83	-24.5%
合計	41,495	36,781	-11.4%

③ その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

北海道洞爺湖サミットの開催に合わせ、VJC 事業の一環として、洞爺湖温泉郷において、ツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)を開設した。外国語パンフレットの配布、大型液晶モニターでの観光宣伝映像の放映等を行ったほか、地元ボランティアの協力を得て、お茶、生け花、琴、浴衣着付け等の、日本文化体験コーナーを運営した。

【参考資料23 洞爺湖サミット開催に合わせて TIC を開設】

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目標を達成するためとるべき措置

(2)国内受入体制整備支援業務

>②通訳案内士試験業務<

【中期目標】

観光案内所の整備支援事業や通訳案内士試験業務について、地方自治体や関係団体、外国人旅行者等のニーズの把握に努めるとともに、ニーズに応じた効率的・効果的な事業の展開を図る。

【中期計画】

通訳案内士試験ガイドラインに基づき、通訳案内士試験事務を代行する。試験実施に当たっては、試験事務の安定性、統一性、公正性を確保しつつ、民間競争入札を導入して業務の効率化を図る。

また、自治体を実施する地域限定通訳案内士試験事務に対して、試験問題の提供等の支援を行う。

【年度計画】

通訳案内士試験ガイドラインに基づき、通訳案内士試験事務を代行する。試験実施に当たっては、試験事務の公正性等を確保しつつ、業務の効率化を図る。

特に平成21年度に実施予定の事務代行業務の大幅な民間競争入札に備えて、海外試験、地域限定通訳案内士試験対応を含めた業務マニュアル等の整備見直し等諸準備を万全に行う。

併せて、自治体を実施する地域限定通訳案内士試験事務に対して、試験問題の提供等の支援を行う。

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

- ・ 「通訳案内士試験ガイドライン」に基づき、試験事務の公正性等を確保しつつ、試験運営を専門業者に委託することで業務の効率化を図った。
- ・ 公共サービス改革基本方針に従い、民間競争入札実施要項を定め、委託可能な業務について民間競争入札を実施した。
- ・ 地域限定通訳案内士試験を実施する6道県に対して、外国語筆記試験問題の提供等の支援を行った。

【参考資料24 通訳案内士試験業務における市場化テストの入札対象事業】

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目標を達成するためとるべき措置

(3) 国際会議等の誘致・開催支援業務

>①国際会議等の誘致支援業務<

>②国際会議の開催支援業務<

【中期目標】

海外事務所を活用した誘致活動の支援、地方自治体等に対するノウハウの提供等により、国際会議の誘致活動を積極的に支援する。支援の実施に当たっては、政府の方針や近年の国際会議開催件数の動向を踏まえ、これまでの誘致活動の効果についての分析・検証を行うとともに、地方公共団体等からのニーズの把握を強化し、それらを踏まえた事業手法の見直しを行う。その際、国として誘致することとしている大規模な会議や、地域活性化への効果が期待される会議等に誘致活動の対象を重点化し、取り組むべき目標を明確にした上で、優先度を付けて効率的に実施する。

また、人材育成、寄附金募集・交付金交付制度の運営等により、国際会議の開催についても積極的な支援を実施する。

国際会議の開催件数については、我が国における開催件数が正確に統計に反映されるよう、地方自治体等を通じた調査を実施するとともに、国際機関への働きかけを行う。

さらに、インセンティブ旅行(企業報奨旅行)についても、海外事務所のネットワークを活用し、海外の企業に対する情報を収集することにより、効果的・効率的な誘致活動を実施する。

【中期計画】

国として誘致することとしている大規模な会議や、地域活性化への効果が期待される会議等に誘致活動の対象を重点化し、取り組むべき目標を明確にした上で、優先度を付けて効率的に実施していく。

また、海外の国際団体・機関の本部や、受け入れ先となる国内の関係団体・機関、地方自治体、コンベンションビューロー等からの情報収集活動を強化するとともに、これまでの誘致活動の効果についての分析・検証を行い、その結果に基づき、海外事務所を活用した支援や、地方自治体、コンベンションビューロー等に対するノウハウの提供等、誘致活動を効果的・効率的に実施する。

国際会議の開催件数については、我が国における開催件数が正確に統計に反映されるよう、地方自治体等を通じた調査を実施するとともに、国際機関への働きかけを行う。

インセンティブ旅行(企業報奨旅行)の誘致については、韓国、中国、タイ、シンガポール等アジア諸国からの誘致活動を拡大するとともに、欧米のインセンティブ旅行市場開拓も強化する。

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

数値目標

中期目標期間中に、機構が誘致した国際会議の数を90件とする。

【年度計画】

国として誘致することとしている大規模な会議や、地域活性化への効果が期待される会議等に誘致活動の対象を重点化し、取り組むべき目標を明確にした上で、優先度を付けて効率的に実施していく。

また、海外の国際団体・機関の本部や、受け入れ先となる国内の関係団体・機関、地方自治体、コンベンションビューロー等からの情報収集活動の強化、国際会議データベースの充実等を図る。また、誘致活動を効果的・効率的に実施するために海外事務所を活用した主催者等に対する会議誘致に関する支援や、地方自治体、コンベンションビューロー等との連携強化を図る。

我が国における国際会議の開催件数が正確に統計に反映されるよう、地方自治体等を通じた調査を実施し、国際機関へ報告を行う。

さらに、地域経済への効果が高いインセンティブ旅行(企業報奨旅行)の誘致については、市場が拡大している韓国、中国、タイ、シンガポール等アジア諸国からの誘致拡大に加え、欧米からのインセンティブ旅行市場の開拓を図る。

具体的には、別添2の事業計画に基づき、事業を推進し、または国に対して協力を行う。

国際会議の開催を円滑に進めるため、ノウハウや事例の提供を含むコンサルティングを行い、人材育成、寄附金募集・交付金交付制度の運営等の事業を実施する。

具体的には、別添2の事業計画に基づき、事業を推進し、または国に対して協力を行う。

数値目標

機構が誘致した国際会議の数を70件とする。

① 年度計画における目標値設定の考え方

平成20年度より、JNTOの実績として取り扱う国際会議の対象を、従来の「参加者数20名以上」から国際団体連合(UIA)の定義と平仄を合わせ「参加者数50名以上」に基準を引き上げ、対象会議が減少したため、平成20年度の目標数は前年度と同じと設定した。

② 実績値と取り組み状況

数値目標の達成状況

平成20年度は、主催者等を支援し共同で国際会議70件の誘致に成功し、数値目標を達成した。

(2) 取り組み状況

ア 国際会議・インセンティブ旅行の誘致活動強化

平成20年度より、国際会議においては、国際団体連合(UIA)統計の参加者数に準拠した50人以上の国際会議を対象とすることとし、基準に合致した中・大型の学術会議の誘致を重点会議として設定した。

インセンティブ旅行については、1件毎の参加者数が大きくことなることから、目標数を誘致件数から訪日旅行者数へと変更し、特に大型インセンティブ旅行の多い韓国、中国、東南アジアを重点市場として、キーパーソン招請、セミナー、見本市への出展等を行った。これらの事業に参加した国際会議観光都市に対しては、機構の各都市担当者が定期的に連絡を取り、担当都市の特性（規模、地理的条件、大学や産業の立地、歴史、文化、観光資源、コンベンション施設、宿泊施設、アクセス等）を把握するとともに、各都市の事情を踏まえたコンサルティング等のフォローアップを行った。また、インセンティブ旅行の誘致事業を実施する際には、文化体験プログラム等の情報や開催支援策や、誘致に大きな効果を発揮する各都市のユニークベニュー（レセプション等を開催できる会議場やホテル以外のユニークな施設）情報を海外のバイヤー側に提供することで、事業成果の向上に努めた。

<海外キーパーソン招請事業>

- ・ 海外キーパーソン招請事業／Meet Japan2009（平成21年3月）

国際会議開催地としての日本をアピールし誘致促進を図るため、開催地決定に影響のある海外のキーパーソン9名を招請し8都市の視察および受入都市11団体との商談会等を実施した。

- ・ インセンティブ旅行キーパーソン・グループ招請（平成20年4月、平成21年3月）

インセンティブ旅行の誘致促進を図るため、アジアからのインセンティブ旅行誘致に熱心な地方コンベンション都市と連携して、訪日インセンティブ旅行の実施に意欲のある企業・旅行会社を日本に招請し、視察を通じてツアー造成を促進した。中国（北京）から大阪・神戸・京都、中国（上海）から沖縄へ、合計10名のキーパーソンを招請した。

<国内における国際会議誘致、開催支援>

- ・ IME2008（国際ミーティング・エキスポ）開催時の来場及び商談促進（平成20年12月）

国際会議主催者の来場促進に取り組んだ。特に、国際会議誘致の鍵となる学協会関係者の来場者確保（約250名）に貢献、各都市との商談を促進した。

- ・ 国際会議開催支援セミナーの開催（平成21年3月）

国際会議の誘致および開催を支援するため、国内の学協会関係者並びに主催者である大学教授等の関係者約100名を招待し、国際会議誘致や開催のノウハウに関するプレゼンテーションや受入都市11団体との意見交換会を実施した。

- ・ 国際会議データベースの充実を図り、国際会議観光都市等に積極的に情報提供を行い、誘致活動を支援した。

- ・ 重点ターゲット案件の設定と主催者情報の共有、進捗度合いのチェック等、案件毎にきめ細かく対応し、また、国際会議誘致成功・不成功に関する情報交換会を初めて開催した。

<海外における認知度向上及び商談会開催>

- ・ IMEX2008(平成20年4月)

国際会議およびインセンティブ旅行の誘致促進を図るため、ドイツ・フランクフルトの会場において日本ブースを出展し、日本の共同出展者14社(コンベンション推進機関・ホテル・旅行会社・航空会社)とバイヤー約200名との商談を行うとともにウォーク・インの来場者75名に日本の情報提供、PR 活動を実施した。

- ・ 中国インセンティブセミナー(平成20年11月)

中国からのインセンティブ旅行の誘致促進を図るため、北京・上海・広州の各都市においてインセンティブ旅行実施企業並びに現地旅行会社計69社95名(北京:14社19名、上海:31社37名、広州:24社39名)を招待し、インセンティブ旅行目的地としての日本をPR するプレゼンテーションや日本の受入都市計13都市と現地旅行会社との商談会を実施した。

- ・ ソウルインセンティブマート(平成20年9月)

韓国からのインセンティブ旅行の誘致促進を図るため、ソウルにおいてインセンティブ旅行実施企業並びに現地旅行会社計44社70名を招待し、市場説明会を実施するとともに、日本の受入都市・企業計37名との商談会を実施した。

- ・ シンガポールインセンティブセミナー(平成20年10月)

シンガポールからのインセンティブ旅行の誘致促進を図るため、シンガポールにおいてインセンティブ旅行を扱う現地旅行会社51名を招待し、インセンティブ旅行目的地としての日本をPR するプレゼンテーションを機構及び参加都市より行った他、日本の受入都市・企業5団体との商談会を実施した。

イ VJC事業との効果的な連携

VJC事業として実施されるコンベンション誘致関連事業に積極的に参画するとともに、機構独自予算事業をVJC事業と同時に実施するなどにより連携し、事業の相乗効果を高めた。

- ・ Incentive Travel Exchange(平成20年6月)

北米からのインセンティブ旅行及び企業会議の誘致促進を図るため、米国・ラスベガスで開催されたIncentive Travel Exchange(インセンティブ旅行商談会)に参加し、インセンティブ旅行及び企業会議プランナー24名(米国20・カナダ4)との商談を実施した。

- ・ MPI(国際ミーティングプランナー協会) World Education Congress(平成20年8月)

北米からのインセンティブ旅行及び企業会議の誘致促進を図るため、米国・ラスベガスで開催されたMPI World Education Congressに参加し、インセンティブ旅行及び企業会議プランナー19名との商談を実施した。
- ・ HelmsBriscoe 年次総会

富裕層や一流企業等の企業会議やハイエンドなインセンティブ旅行催行企業を多数顧客に持ち、彼らの会議やインセンティブ旅行の開催地(会場)選定を専門に行う米国大手ミーティングプランニング専門会社HelmsBriscoe社の年次総会に出展し、同社の30名のインセンティブ旅行及びミーティング担当者と商談を実施した。
- ・ IT & CMA(アジアインセンティブ旅行及び会議見本市)(平成20年10月)

主にアジア・太平洋地域からのインセンティブ旅行の誘致促進を図るため、タイ・バンコクのIT & CMAの見本市会場において日本ブースを出展し、日本の共同出展者8団体(受入都市、旅行会社)とインセンティブプランナー及びミーティングプランナー36名との商談を行うとともに、TTGアジア等コンベンション専門誌が参加するメディアブリーフィングに参加し、日本の情報提供、PR活動を実施した。
- ・ 北米ロードショーセミナー

(シカゴ・ミネアポリス:平成20年10月、ワシントン D.C.:平成21年1月)

北米において、国際会議及びインセンティブ旅行の誘致促進を図るため、シカゴ、ミネアポリス、ワシントンD. C. の各都市において、国際会議、インセンティブ旅行の主催者・企画担当者を招待するセミナーを開催し、約70名が出席した。機構及び日本での会議開催経験者によるプレゼンテーションを実施した他、日本の受け入れ都市・企業累計32団体と商談を行った。
- ・ ブラッセル国際会議セミナー(平成20年10月)

欧州において最も国際本部が集中するブラッセルにおいて、国際会議及びインセンティブ旅行の誘致促進を図るため、国際会議主催者、国際本部事務局担当者23名を招待するセミナーを開催し、機構及び現地有力コンベンション専門誌記者によるプレゼンテーションを実施した他、日本の受け入れ都市・企業11社との商談を行った。
- ・ インセンティブショウケース(平成20年12月)

アジアからのインセンティブ旅行の誘致促進を図るため、韓国・中国・香港・タイ・シンガポールのインセンティブ旅行実施企業並びに現地旅行会社のキーパーソン29名の選定とサプライヤーの募集等を行い、合計約290件の商談セッションをセットするとともに、プレゼンテーションの実施や運営の支援、フォローアップ等を行った。

- ・ AIME(アジア太平洋インセンティブ・ミーティング見本市)(平成21年2月)

主にアジア・太平洋地域からの国際会議・インセンティブ旅行の誘致促進を図るため、オーストラリア・メルボルンのAIME見本市に日本ブースを出展し、日本の共同出展者5社(旅行会社・ホテル)とインセンティブプランナー及びミーティングプランナー26名との商談を行うとともに、日本の情報提供、PR活動を実施した。

- ・ シドニーインセンティブセミナー(平成21年2月)

オーストラリアからのインセンティブ旅行の誘致促進を図るため、AIME参加後にオーストラリアの主要企業が集まるシドニーにおいて、インセンティブ旅行実施企業ならびに現地旅行会社64社104名を招待し、機構及び参加都市・企業並びに現地有力旅行雑誌社による日本の魅力についてのプレゼンテーションを実施した他、商談を行った。

- ・ 国際会議キーパーソン招請(平成20年11月<2件>、平成21年1月<1件>、3月<2件>)

国際会議の誘致を図るため、誘致活動中の大型国際会議案件5件について、関係する国際団体本部の会長及び事務局長らを日本へ個別に招請し、プレゼンテーションや開催立候補都市の視察等を実施し、平成20年度中に2件の国際会議の誘致に成功した(残る3件については、今後開催都市が決定の予定)。

- ・ 国際会議誘致支援事業(平成20年11月:2件)

国際会議の誘致を図るため、誘致活動中の大型国際会議案件2件について、誘致のためのレセプションやPRブースの運営を支援し、2件の国際会議の誘致に成功した。

- ・ 広告事業

米国、欧州、豪州及びアジア市場においてVJC事業として実施されたコンベンション専門誌における広告事業を全面的に支援し、写真素材の提供、広告内容に関する助言、記事広告原稿の作成等の協力を行った。

- ・ メディア(コンベンション専門誌記者)招請

国際会議の開催地およびインセンティブ旅行の目的地としての日本の認知度向上を図るため、ベルギーのHeadquarters誌、シンガポールのTTG誌、オーストラリアのCIM及びMice. net各誌の記者1名を招請し、東京・横浜・京都(Headquarters)、福岡・長崎・佐世保(TTG)、神戸・京都・大阪(CIM及びMice. net)の取材を通して、各都市を紹介する具体的な記事掲載による情報提供を実施した。

- ・ 宣伝ツール作成

中国市場におけるインセンティブ旅行の誘致促進を図るため、インセンティブ旅行主催企業や取り扱い旅行会社を対象とした宣伝ツール(プランナーズガイド)の作成にあたって、内容に関する企画提案、情報収集を行なうとともに、完成したプランナーズガイドをセミナー等の機会を利用して、効果的に主催企業及び旅行会社に配布した。

ウ. コンベンションの開催支援

<人材育成>

- ・ コンベンション研修会(平成20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、国際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、研修会の2日目には、専門講師により誘致セールス活動に役立つヒアリングスキルについての研修を行った。参加者は49名。

- ・ コンベンション幹部セミナー及び意見交換会(平成21年2月)

国際会議観光都市とそのコンベンション推進機関の幹部を対象に、地域でのコンベンション受入れ等をテーマとして、地方コンベンション都市でサポート事業に取り組んでいる会議運営企画運営団体の代表者を迎え、講演会を行った。また、課題にもとづくグループディスカッションを行った。参加者は21名。

- ・ コンベンション中堅者研修会(平成21年2月)

JNTO協賛国際会議観光都市・コンベンション推進機関、及びJCCB/ CB部会加盟の全国コンベンション推進機関において、コンベンションの実務を担当する実務経験3年以上の職員を対象に、「平成20年度 日本政府観光局(JNTO)国際会議誘致・開催貢献賞 地域貢献の部」を受賞した成蹊大学 滝沢誠教授を迎え、地方都市での国際会議開催のポイントについての講演を中心に開催した。参加者は60名。

- ・ IAPCO/ 観光庁 共催研修会(平成21年3月)

VJC 事業の一環として、観光庁がIAPCO(国際PCO協会)より海外のベテラン講師2名を招聘し、コンベンション推進機関、コンベンション施設、コンベンション関連企業等の国際会議誘致活動の実務担当者47名を対象に、国際会議誘致の手法や実務に関する研修を実施した。JNTOはIAPCOとの交渉、参加者募集及び運営全般に全面的な協力を行い、参加者にはIAPCOより修了証が授与された。

<会議開催情報等の提供>

- ・ 国との連携による国際会議開催情報の収集及びUIA等への報告

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

- ・ HP を活用した国際会議開催情報の提供

過去に日本で開催された国際会議、今後日本で開催される国際会議のデータを整備し検索可能な形式でウェブサイトに登載した。加えて新たに、今後誘致に取り組んでいく国際会議をリスト化し、JNTO国際会議ターゲット案件一覧としてWeb上で提供した。

- ・ 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以下の出版物、メールマガジン等を送付した。

2007年版コンベンション統計	500部発行。ウェブサイトにも登載。
国際会議統計データベース	JNTOコンベンション統計にこれまで掲載された国際会議が検索できるデータベースを登載。
国際会議サーチ	日本で開催予定の具体的な国際会議の検索ができるデータベース。毎月情報更新。
JNTO 国際会議誘致ターゲット案件一覧	日本への誘致可能性がある国際会議のリストを公開。
JCB・JNTO海外事情通信	協賛団体である都市やコンベンション推進機関向けメールマガジン。年3回、64団体に配信。海外コンベンション事情等の情報を紹介。ウェブサイトでも公開。
JNTOコンベンションニュース	国際会議の主催者向けメールマガジン。年3回、約1,200人に配信。国際会議観光都市の紹介や国際会議誘致開催に関するノウハウ等を紹介。ウェブサイトでも公開。
国際会議誘致マニュアル	改訂版を500部発行。

<コンベンション見本市における活動PR>

IME2008(国際ミーティング・エキスポ)に総合インフォメーションデスクを出展し、機構が国際会議主催者を対象に実施している事業や支援サービスの紹介を行った。

<国際会議主催者との連携強化>

国際会議主催者である国内学協会との連携を図り、国及びJNTOの国際会議誘致支援活動を周知するため、新たに実施した以下の活動により学協会関係者との連携強化を図った。

- ・ 国際会議誘致・開催貢献者表彰及びパネルセッションの実施

国が国家戦略として位置づける国際会議誘致・開催の意義に関する国民の理解を促進し、国際会議主催者及び都市・推進機関の社会的地位を高めるために、今年度初めて「日本政府観光局(JNTO)国際会議誘致・開催貢献賞」を創設し、8件の受賞会議を決定した。受賞式は、平成20年12月18日(木)に東京国際フォーラムで開催された「第18回国際ミーティング・エキスポ(IME2008)」会場内にて、7名の受賞会議の代表者を迎え実施した。また、受賞者中の4名を招いてパネルディスカッションを開催。受賞者が誘致・開催した国際会議にまつわる実践的なノウハウや経験を話していただいた。

<国内コンベンション関連紙誌を通じた広報活動>

国際会議に関連する機関紙に、JNTOのコンベンション誘致・開催支援情報を掲載することにより、JNTOの認知度を向上させると共に、主催者の誘致・開催活動の促進を図った。

- ・ 学術の動向

平成21年2月号にて「平成20年度 日本政府観光局(JNTO)国際会議誘致・開催貢献賞」受賞会議の決定および受賞式の実施について4ページにわたり記事を掲載。

- ・ E&C(日本で唯一のMICE情報誌)

「平成20年度 日本政府観光局(JNTO)国際会議誘致・開催貢献賞」に関して、3号にわたり計12ページの特集記事を掲載。

<寄附金募集・交付金交付制度の運営>

- ・ 会議運営会社(PCO)の実務担当者及び学会関係者を対象に、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」を東京、大阪で実施し、約100名が参加した。

- ・ 平成20年度に寄附金募集の協力が決まった国際会議は18件、交付金を交付した国際会議は14件(交付額170百万円)であった。

<寄附金募集・交付金交付制度について>

機構の寄附金募集・交付金交付制度は、国際会議主催者の開催支援のために、機構が税制優遇措置のある特定公益増進法人として日本での国際会議の開催のための寄附金を受け入れ、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 その他適切な評価を行う上で参考となり得る情報

- ・ JNTOが支援した結果開催が決定した案件は、年度事業報告書に件数を記載し、定量的に結果を報告しているまた、国際青年会議所(JCI)世界大会(2010年大阪、15,000人)や国際法曹協会年次総会(2014年東京、4,000人)、世界スカウトジャンボリー(2015年山口、30,000人)などの大型会議の誘致成功案件については、プレスリリースを行い、分かり易い成果の報告に努めている。
- ・ JNTOでは、独自に構築している国際会議データベースに基づき誘致ターゲットを設定し、専任担当者を決めて中長期的視点で誘致活動を行なっている。誘致活動の過程では、国内主催者に対してコンサルティングやノウハウの提供、関連事業者の紹介、開催都市のコンベンション推進機関や観光庁との連携など多方面との調整を行ないつつ、誘致活動に当たっている。また、各段階でキーパーソン招請、所管大臣(観光庁長官含む)やJNTO理事長名の招請状発出、立候補書類やプレゼン資料の準備、在外公館を通じたロビイングの依頼などきめ細かい誘致支援を行なっている。

3. 予算、収支計画及び資金計画

【中期目標】

事業パートナーに対するサービスの向上や、新たな事業パートナーの発掘等により、自己収入の拡大に向けた取組を行う。

【中期計画】

(1) 自己収入の確保

個別相談会の開催やビジット・ジャパン・キャンペーン事業の実施に当たっての支援、国際会議の開催・誘致の支援等を通じて、事業パートナーとの連携を強化し、顧客満足度を高めることにより、地方自治体、民間事業者等からの賛助金拠出の維持・増加に努めるとともに、賛助会員の増加による会費収入の増加を図る。

(2) 予算(人件費の見積りを含む。)

別紙

(3) 収支計画及び資金計画

別紙

【年度計画】

(1) 自己収入の確保

個別相談会の開催やビジット・ジャパン・キャンペーン事業の実施に当たっての支援、国際会議の開催・誘致の支援等を通じて、事業パートナーとの連携を強化し、顧客満足度を高めることにより、地方自治体、民間事業者等からの賛助金拠出の維持・増加に努めるとともに、賛助会員の増加による会費収入の増加を図る。

(2) 予算(人件費の見積りを含む。)

別紙

(3) 収支計画及び資金計画

別紙

① 年度計画における目標設定の考え方

事業パートナーである地方自治体及び民間事業者が置かれた厳しい財政状況を踏まえ、JNTOのサービスを十分活用して頂くことにより賛助金・会費の拠出に対する理解を深めて頂けるように努め、事業パートナーの満足度を高め連携を強化する。

② 当該年度における取り組み

(1) 自己収入の確保

① 賛助団体・会員への取組

- ・ 賛助団体・会員を対象とするウェブサイト上の有料バナー広告事業を拡充し、新たにトップページへのバナー掲載をメニューに導入し、運用を開始した。

- ・ 10月の個別相談会において講演プログラムを導入し、参加者の満足度向上を図った。
- ・ JNTO を活用いただき賛助金の拠出にご理解をいただくため、賛助団体を訪問し、説明を行った。
- ・ 賛助団体・会員との「交流勉強会」を月1回程度開催し、賛助団体・会員から事業説明、機構に対する要望を聴取の後、意見交換を行った。
- ・ 前年度に続き、訪日旅行者の増加に伴って新たにインバウンド観光ビジネスの受益者として登場してきたショッピング施設など、新たな業種の会員勧誘に取り組んだ。
- ・ インバウンドへの取り組みに JNTO を活用しようとする団体企業に対し機会をとらえて本部・海外事務所を挙げて勧誘活動を行った。その結果、賛助団体として9団体、会員として44団体が新たに加入した。他方、財政事情等の理由により、賛助団体2団体、会員10社が退会した。

＜賛助団体・会員数＞

	平成19 年度末	平成20 年度末
賛助 団体数	136	143
会員数	109	143
合計	245	286

* 平成20年11月より新規加入会員のランクをゴールドに一本化した。

② 新規事業の開発等

- ・ 2月のインバウンド旅行振興フォーラムにおいて、市場説明会を一般に有料で開放し、自己収入の増加を図った。また、有料B to B デスクを設置し、会員へビジネスチャンスを提供するとともに収入の増加を図った。
- ・ 受託業務タリフを改定し、適切な運用を図った。

③ コンベンション協賛金拠出団体への取組

- ・ 有力な国際会議誘致案件の情報を共有し、連携による誘致活動の強化を図るため、各コンベンション推進機関との個別相談を5月に集中的に行った。
- ・ コンベンション、インセンティブの誘致に意欲的なホテル、会議施設等を対象とした新たな会員制度への勧誘を行った。
- ・ 協賛金拠出に理解を得るべく、協賛都市や今後協賛の可能性のある都市を訪問し、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るとともに、機構による国際会議誘致支援施策について説明し、コンベンション誘致への参加勧誘に努めた。

(2) 年度予算等の執行状況(表1～3参照)

<一般勘定>

平成20年度の収入は、計画額32億52百万円に対して、合計で144百万円増の33億96百万円となった。この変動の主な要因は以下の通りである。(表1)

- ・ VJC 事業等の受託業務の増加により事業収入が計画額に対して216百万円の増となった。
- ・ 観光宣伝事業賛助金収入は、賛助団体及び会員の増加に伴い、前年度比で9百万円の増となったが、計画額に対しては23百万円の減となっている。
- ・ コンベンション協賛金収入についても、地方自治体財政が厳しい状況にあることを受け、計画額に対して33百万円の減となった。
- ・ また、事業実施における参加団体からの分担金等の増で事業外収入は前年度より3百万円の増となったが、計画額に対して3百万円の減となっている。

支出については、計画額32億52百万円に対して、合計で15百万円減の32億37百万円となった。この変動の主な要因は以下の通りである。

- ・ 業務経費については、計画額に対して60百万円の減となった。これは、海外観光宣伝事業経費やコンベンション誘致事業経費が円高の影響や収入減少に伴う一部事業の見直し等により計画額に対して計63百万円の減となる一方、調査研究事業経費が新規調査事業の実施により計画額に対して15百万円の増となったこと等による。
- ・ 受託経費については、計画額に対して95百万円の増となった。これは、VJC 事業等の増により受託業務経費が計画額に対して134百万円の増となったのに対し、共同事業経費が事業件数の減少及び円高による海外経費の減少により計画額に対して14百万円の減となったこと等による。
- ・ また、人件費については役職員数の削減及び新人事制度による継続的給与見直し等により、計画額に対して23百万円の減となった。
- ・ 一般管理費(人件費を除く)については、本部事務所借料の引下げ等により、計画額に対して27百万円の減となった。

この結果、

- ・ 一般勘定の20年度の当期利益金(当期総利益)は15百万円となった。(表2)

この利益発生要因は、前中期から繰り越された前中期目標期間繰越積立金のうち、前払費用分と20年度の減価償却費分を取り崩すことにより、17百万円の利益を計上することとなった。

<交付金勘定>

平成20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3億50百万円に対して1億96百万円減の1億54百万円となった。(表1)

支出については、新規事業の実施並びに実員の人件費増に対して、大型国際会議の減少に伴う交付金交付額の減及びにより、計画額に対して1億63百万円の減となった。(表1)

交付金勘定の損益については、大型の国際会議が減少し、上記の通り収益、費用とも減少するなかで、7百万円の当期損失金となった。

<当期利益金の発生要因>

[一般勘定]

平成20年度の利益剰余金の発生要因については、①前中期計画期間から繰り越された目的積立金(前中期目標期間繰越積立金)29百万円から当該年度発生分17百万円(前払費用・自己財源で購入した資産の20年度減価償却費)を取り崩した後の目的積立金12百万円及び②当期未処分利益15百万円(事業等に係る収支差である当期純利益△1百万円、目的積立金取崩額17百万円)が発生したことにより、合わせて27百万円の利益剰余金が発生することとなった。

[交付金勘定]

平成20年度の利益剰余金の発生要因については、前年度からの積立金61百万円から、当期未処理損失△7百万円を取り崩したことにより、54百万円の利益剰余金を計上することとなった。

なお、交付金勘定において発生する損益については、寄附金の募集から交付までのタイムラグによって生ずる、交付金の交付時期及び管理経費の収益化時期のタイムラグが要因である。

<経常損益では損失計上していたものが最終的に利益計上になった場合の経緯>

経常損益△364,165円及び臨時損失(固定資産除却損)△8,374,230円で当期純利益は△8,738,395円であるが、前中期目標期間繰越積立金取崩額16,757,682円を取り崩したことにより、当期総利益8,019,287円となった。

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	2,017	2,017	0
賛助金・コンベンション協賛金収入	356	299	△57
事業収入	857	1,061	204
事業外収入	22	19	△3
計	3,252	3,396	144
<支出>			
業務経費	824	764	60
受託経費	849	944	△95
人件費	1,303	1,280	23
一般管理費	276	249	27
計	3,252	3,237	15

〔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	350	153	△197
事業外収入	0	0	0
計	350	154	△196
<支出>			
交付金事業経費	350	187	163
計	350	187	163

※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	3,252	3,276	△24
業務経費	825	725	100
受託経費	849	945	△96
一般管理費	1,577	1,524	53
減価償却費	1	26	△25
財務費用	-	56	△56
臨時損失	-	8	△8
計	3,252	3,284	△32
〈収益の部〉			
運営費交付金収益	2,016	1,968	△48
国際観光振興事業収入	1,213	1,279	66
資産見返運営費交付金戻入	1	23	22
資産見返補助金戻入	-	4	4
資産見返寄附金戻入	-	3	3
事業外収益	22	6	△16
計	3,252	3,283	31
当期純利益(△当期純損失)	0	△1	△1
前中期目標期間繰越積立金取崩	0	17	17
当期総利益	0	15	15

※ 各欄積算と合計欄の数字は四捨五入の関係で一致しないことがある。

〔交付金勘定〕

(単位:百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
〈費用の部〉			
経常費用	350	187	163
交付金事業経費	350	187	163
当期利益金(△当期損失金)	0	△7	7
計	350	180	170
〈収益の部〉			
寄附金収入	350	179	△171
事業外収益	0	0	0
計	350	180	△170

※ 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	3,252	3,163	89
投資活動による支出	-	48	△48
事業外支出	-	196	△196
次期への繰越金	0	548	△548
計	3,252	3,955	△703
〈資金収入〉			
業務活動による収入	3,252	3,358	106
運営費交付金による収入	2,017	2,017	0
賛助金・コンベンション協賛金収入	356	299	△57
事業収入	857	1,024	167
事業外収入	22	17	△5
前期からの繰越金	0	597	597
計	3,252	3,955	703

※ 各欄積算と合計欄の数字は四捨五入の関係で一致しないことがある。

〔交付金勘定〕

(単位:百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
〈資金支出〉			
業務活動による支出	350	186	164
次期への繰越金	0	111	△111
計	350	297	53
〈資金収入〉			
業務活動による収入	350	154	△196
寄附金収入	350	153	△197
事業外収入	0	0	0
前期からの繰越金	0	144	144
計	350	297	△53

※ 各欄積算と合計欄の数字は四捨五入の関係で一致しないことがある。

4. 短期借入金の限度額

(中期目標)

なし

(中期計画)

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

(年度計画)

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

【該当なし】

5. 重要な財産を譲渡し、又は担保にする計画

(中期目標)

なし

(中期計画)

なし

(年度計画)

なし

【該当なし】

6. 剰余金の使途

【中期目標】

なし

【中期計画】

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

【年度計画】

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

【該当なし】

7. その他主務省令で定める業務運営に関する事項

【中期目標】

なし

【中期計画】

(1) 人事に関する計画

前述のとおり、人件費の削減や、民間からの出向者等の活用、プロパー職員の育成等に努める。

【年度計画】

(1) 人事に関する計画

前述のとおり、人件費の削減や、民間からの出向者等の活用、プロパー職員の育成等に努める。

① 年度計画における目標設定の考え方

政府が進める行政改革の一環として人件費削減に取り組む一方、訪日インバウンド事業の専門機関として質の高いサービスを提供するため、優秀な人材の育成、活用を図る。

② 当該年度における取り組み

「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」の「(2)総人件費改革」「(6)民間からの出向者等の活用」「(7)プロパー職員の育成等」の「②当該年度における取り組み」を参照。

【中期目標】

なし

【中期計画】

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

なし

【年度計画】

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

なし

【該当なし】

【中期目標】

なし

【中期計画】

(3)その他中期目標を達成するために必要な事項

なし

【年度計画】

(3)その他中期目標を達成するために必要な事項

なし

【該当なし】

以上

参 考 資 料

1. VJC中央事業の実績	69
2. 海外事務所の事業・運営 検証項目	71
3. 職員講演実績	72
4. 地方運輸局・地方自治体等訪問実績及び地方連携の例	74
5. 月例訪日外客数統計発表資料の例	76
6. 報道発表案件一覧	77
7. 職員寄稿記事及びプレスリリース掲載記事	79
8. 特別顧問会議、アドバイザリー・コミッティのメンバー	80
9. 訪問地調査の概要	81
10. 「JNTO 国際観光白書 2008」の発行	82
11. 第6回インバウンド旅行振興フォーラム開催報告	83
12. 日仏共同キャンペーン報道資料	84
13. ウェブサイトの言語別アクセス数推移	85
14. 「Visit Japan Channel」トップページ	88
15. 新たに開設したローカルサイトのトップページ	90
16. 平成20年度のフォトライブラリーの利用状況	92
17. メディア広報事業実績の内訳	93
18. 海外事務所発行のニュースレターの例(トロント事務所発行)	94
19. ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン発行	95
20. カナダでの Japan Travel Specialist(JTS)事業	96
21. ビジット・ジャパン案内所とは	97
22. ビジット・ジャパン案内所の所在地	98
23. 洞爺湖サミット開催に合わせて TIC を設置	99
24. 通訳案内士試験業務における市場化テストの入札対象事業	100
25. 平成20年度事業計画の別添1及び別添2	101
26. 運営費交付金の算定ルール	110
JNTO 関連の用語集	112

参考資料1 VJC 中央事業の実績

市場	事業名
韓国	訪日教育旅行推進事業(招請/商談会) 訪日教育旅行推進事業(韓国現地セミナー) スキー促進事業(招請、商談会、香港・シンガポールと合同) アウトバウンドセミナー(KOTFA 関連)
中国	スペシャリスト育成事業(研修、招請)
香港	スキー促進事業(招請、商談会、韓国・シンガポールと合同)
タイ	TTAA出展 現地商談会・セミナー
シンガポール	スキー促進事業(招請、商談会、韓国・香港合同) 訪日旅行促進事業(シンガポール現地セミナー)
米国	旅行番組を活用したプロモーション(テレビ広告) 航空会社・旅行会社等との共同プロモーション ① 広告(新聞、雑誌、パンフレット、オンライン) ②ヒスパニックマーケット向けエージェントセミナー 冬季閑散期需要喚起のための訪日プロモーション ① エージェントセミナー ②オンライン広告 ③スキー客向け雑誌広告 E-blast 旅行商品販売における広告事業 ①旅行博出展 ②オンライン広告 大手旅行流通網を活用した訪日プロモーション ①オンラインセミナー ②雑誌広告 ③電子媒体を活用した一般向け PR ④店舗での PR ⑤アンケート調査 ワシントン DC 桜祭りを活用したプロモーション(イベント参加) 西海岸共同プロモーション事業(①大手流通網傘下ツアーオペレーターとの有力媒体への共同広告②電子媒体を活用したプロモーション③中華系米国人の里帰りを狙いとしたプロモーション④航空関連会社ツアーオペレーターとの連携及びセミナーへの参加)
カナダ	広告宣伝(①日本航空とのタイアップによる宣伝広告②Flight Center との共同広告) ツアー造成・販売支援、リテラー招請、教育関係者向けセミナー モントリオール旅行博覧会
英国	①広告宣伝(英国複合的訪日旅行促進 PR 事業) ②ウインタープロモーション事業/英国「METRO SKI & SNOWBOARD SHOW」 ③「WTM 2008」出展事業 ④「Destinations London 2009」出展事業及び訪日旅行促進セミナー ⑤英国ツアーオペレーター招請事業

市場	事業名
フランス	広告宣伝 TV クルー招請 仏国旅行代理店販売員研修及び観光振興地域セミナー JAPAN EXPO 2008(パリ)出展 「International Luxury Travel Market 2008」出展事業 MAP2009(パリ)出展 「日仏観光交流年記念セミナー」事業
ドイツ	広告宣伝(①旅行雑誌での日本特集サプリメント作成 ②旅行業界紙での日本特集サプリメント作成 ③平成中村座ベルリン公演を活用したプロモーション) 独国旅行会社キーパーソン招請 独国旅行代理店販売員研修事業(PATA ロードショーへの参加) ITB ベルリン 2009 出展 シュツットガルト CMT2009 出展
豪州	広告宣伝(①旅行雑誌・ツアーオペレーターとの共同広告②新聞日本特集(ツアーオペレーターとの共同広告)③TV「Gateway」「Gurus Explore」、④インターネット広告⑤ASTW(メディア向けPR イベント) 訪日旅行促進セミナー(教育旅行促進セミナー、旅行会社研修体験セミナー) Holiday & Travel Expo 2008(メルボルン 2008年4月) Holiday & Travel Expo (メルボルン 2009年3月) Holiday & Travel Expo 2009 (シドニー 2009年3月) Adventure Travel Expo & Backpackers (シドニー 2008年11月) SNOW TRAVEL EXPO 出展・スキーセミナー・ツール作成
ロシア	TV クルー招請 MITT 出展 市場調査事業

※JNTO が観光庁から直接受託した事業のみ記載。

※上記事業以外に、VJC 事務局として関与した事業がある。

参考資料2 海外事務所の事業・運営 検証項目

海外事務所の事業・運営 検証項目

◇ 中期的目標

- ・ ○○年訪日外客目標数
- ・ 目標設定理由(政治・経済・旅行性向)
- ・ 目標達成に向けた事業の方向性

◇ 単年度目標

()はレビューを行う担当部

I 適性な事業実施に関する指標	
1 マーケット情報の収集・分析	(海プ部・企画部[調統G]・コ誘部)
2 事業の成果ー① 一般観光関連	
(1) 旅行商品の造成・販売支援による送客数 ★	(海プ部)
(2) 各ローカルウェブサイトのアクセス数 ★	(海プ部・企画部[情シG])
(3) メディ広報成果(件数・広告費換算額)	(海プ部)
(4) その他・重点取り組み事項(任意)	(海プ部)
2 事業の成果ー② コンベンション・インセンティブ関連	
(1) 国際会議誘致件数 ★	(コ誘部)
(2) 有効セールスリード数	(コ誘部)
(3) インセンティブ・ツアー誘致件数	(コ誘部)
II 適性な事務所の管理・運営に関する指標	
1 適性な予算執行状況	(総務部・企画部)
2 現地職員の人材育成・労務管理	(総務部・企画部)
3 その他事務所の管理・運営	(総務部・企画部)
III その他	
1 関係機関との連携強化 ★	(企画部[経企G])
・ 在外公館、JETRO、CLAIRとの連携等	
2 JNTOのプレゼンス強化に向けた取り組み	(海プ部・企画部[経企G])
・ ニュースフラッシュ、日系メディアへの情報提供等	
3 その他の取り組み(任意)	(担当部)
・ 訪日ビザ解禁に向けた取り組み等	

★ 第二期中期計画に記載の目標に関連

参考資料3 職員講演実績

開催日	主催者	講演会名	派遣講師	講演内容
2008年5月28日	立教大学観光学部	観光政策講座	小堀 守 (コンベンション誘致部長)	観光学部観光政策講義
2008年5月30日	群馬県観光国際協会	外国人観光客の受入勉強会	篠原 雅弘 (海外プロモーション部AM)	インバウンドの現状と誘致状況
2008年6月4日	日本百貨店協会	YOKOSO! HYAKKATENフォーラム	安田 彰 (理事)	インバウンド振興策の新たな局面
2008年6月9日	港友会(名古屋港運協会)	港友会 6月定例会講演	間宮 忠敏 (理事長)	外客誘致の現状について
2008年6月9日	(財)日本ユースホステル協会	平成20年度ユースホステルマネージャー研修会	加藤 英一 (総務部長)	外客受入:インバウンドの充実に向けて
2008年6月12日	(独)国際協力機構	平成20年度観光振興とマーケティングセミナー	加藤 英一 (総務部長)	JNTOの役割と活動について
2008年6月16日	東海地区外国人観光客誘致協議会	平成20年度東海地区外国人客誘致促進協議会総会	上野 裕子 (観光情報センター AM)	外国人観光客受入の対応について
2008年6月17日	航空連合	観光政策の立案に向けた勉強会	加藤 英一 (総務部長)	外客受入対策について
2008年6月18日	立教大学観光学部	観光政策講座	加藤 英一 (総務部長)	観光学部観光政策講義
2008年6月18日	東京商工会議所	観光専門委員会講演会	谷口 せい子 (TICセンター長)	外客誘致に向けた今後の展開
2008年6月25日	仙台商工会議所	訪日外国人受入接遇セミナー	谷口 せい子 (TICセンター長)	訪日外国人が東北に求めるもの
2008年6月27日・28日	(財)環日本海経済研究所	新潟地区観光業者・行政関係者講演会	シェスタク・フレンティン (海外プロモーション部)	訪日ロシア人観光客誘致について
2008年7月8日	全国市長会	第12回都市と観光に関する研究会	間宮 忠敏 (理事長)	VJCの進捗状況について
2008年7月8日	(独)国際協力機構	JICAによる技術協力プロジェクト事業	瀧澤 秀直 (海外プロモーション部次長)	グアテマラ観光自治関係者へのJNTO事業説明
2008年7月17日	国土交通省 関東運輸局	Yokoso! JAPAN シンポジウムin 関東	鶴岡 克己 (海外プロモーション部長)	更なるインバウンド振興に向けて(パネルディスカッション)
2008年8月11日	(独)国際協力機構	JICA研修プログラム	加藤 英一 (総務部長)	南東欧地域研修生へのJNTO事業説明
2008年9月3日	東京商工会議所	観光委員会講演会	板谷 博道 (理事)	観光庁設置後のインバウンド施策等
2008年9月8日	関西観光振興議員連盟	平成20年度総会における講演	辻 のぞみ (海外プロモーション部Mgr)	アジアからのインバウンド事情について
2008年9月12日	静岡観光コンベンション協会	ホスピタリティーセミナー2008	水守 喜久 (海外プロモーション部AM)	韓国からの訪日旅行市場の動向について
2008年9月22日	(財)京都産業21	外国人観光委員会での講演	吉田 隆 (企画部次長)	VJCIについて
2008年9月30日	外務省広報文化交流部	在外公館広報文化担当職員日本研修会	鄭 然凡、水野 芳美 (企画部SAM) 観光情報センターSS)	JNTOの役割と活動について
2008年10月8日	(独)国際協力機構	平成20年度観光振興とマーケティングBセミナー	加藤 英一 (総務部長)	JNTOの役割と活動について
2008年10月8日	和歌山大学	世界観光事情講座	鄭 然凡 (企画部SAM)	JNTOの活動と国際観光施策について
2008年10月10日	北海道網走支庁	オホーツク・インバウンドセミナー	柏木 隆久 (北京事務所長)	中国旅行市場の動向と今後の誘致の行方
2008年10月18日	日本国際観光学会	第9回全国大会基調講演	板谷 博道 (理事)	VJCの現状と課題について
2008年10月27日	(社)若狭三方五湖観光協会	外国人観光客と本音を語る会	薬丸 裕 (海外プロモーション部SAM)	外国人観光客と本音を語る会
2008年10月30日	国土交通省国土交通大学校	平成20年度専門課程 観光行政研究	辻 のぞみ (海外プロモーション部Mgr)	JNTOの役割と活動について
2008年11月4日	(独)国際協力機構	JICA研修プログラム	鄭 然凡 (企画部SAM)	中東地域観光開発研修団へのJNTO事業説明
2008年11月26日	日本国際観光学会	第41回ツーリズムフォーラム2008	間宮 忠敏 (理事長)	1000万人以降のVJCについて
2008年11月28日	グレーター・ナゴヤ・イニシアティブ協議会(事務局:経済産業省中部経済局)	ビジットグレーター・ナゴヤキャンペーン・シンポジウム	平田 真幸 (海外プロモーション部次長)	ビジットグレーター・ナゴヤ シンポジウムパネルディスカッション
2008年12月4日	和歌山大学観光学部	和歌山大学観光学部特別講座	板谷 博道 (理事)	VJCを検証する

	開催日	主催者	講演会名	派遣講師	講演内容
32	2008年12月5日	富山県観光・振興局	ロシア・欧米・環日本海物流観光懇話会	伊与田 美歴 (海外プロモーション部Mgr)	欧米からの訪日旅行者の動向について
33	2008年12月11日	(社)洞爺湖温泉観光協会	外国文化研究 講座	平田 真幸 (海外プロモーション部次長)	台湾・韓国旅行者の特徴・受入方法について
34	2008年12月15日	富士山静岡空港周辺地域経済団体懇話会	富士山静岡空港周辺地域経済団体懇話会講演会	水守 喜久 (海外プロモーション部AM)	韓国からの訪日旅行の動向
35	2008年12月17日	富士山静岡空港就航促進協議会	臨時総会での講演会	間宮 忠敏 (理事長)	富士山静岡空港と観光振興について
36	2009年1月20日	東京都台東区	中国人旅行者接遇研修会	平田 真幸 (海外プロモーション部次長)	中国人旅行者の動向について
37	2009年1月22日	(社)弘前観光コンベンション協会	インバウンド観光セミナー	シエスタ・ワレンティン (海外プロモーション部)	弘前のインバウンド観光推進戦略について
38	2009年2月2日	東北運輸局他	マーケット研究会	田口 一成 (香港事務所長)	FTT旅行促進に向けた方策について
39	2009年2月2日	関東運輸局他	マーケット研究会	堀内 城太郎 (シドニー事務所長)	アウトドアをテーマとした旅行促進の可能性について
40	2009年2月9日	北海道運輸局他	マーケット研究会	柏木 隆久 (北京事務所長)	新たなディスティネーションの北海道について
41	2009年2月9日	中部運輸局他	マーケット研究会	山田 洋 (バンコク事務所長)	中部地域の旅行商品に向けた方策について
42	2009年2月10日	岩手県・岩手県観光協会	訪日外国人誘客・受入研修会	田口 一成 (香港事務所長)	香港からのインバウンドについて
43	2009年2月17日	会津若松・磐梯地区国際観光振興推進協議会	会津若松・磐梯地区インバウンド振興講演会	塚本 恭文 (観光情報センター長)	発想の転換による観光魅力の創出
44	2009年2月26・27日	弘前観光コンベンション協会	インバウンド観光セミナー	塚本 恭文 (観光情報センター長)	外国人旅行者の特性について他
45	2009年2月23日	やまなしインバウンド観光推進機構	国際観光に関する研修会	松木正信(コンベンション誘致部SS)、惣福正光(企画部S)	国際会議誘致の現状と今後の動向他
46	2009年3月3日	東京都台東区	韓国人旅行者接遇研修会	水守 喜久 (海外プロモーション部AM)	韓国人旅行者の動向について
47	2009年3月5日	沖縄観光コンベンション協会	沖縄国際観光推進戦略フォーラム	平田 真幸 (海外プロモーション部次長)	東アジアの観光客誘致に向けた取組
48	2009年3月11日	千葉県・千葉県観光協会	ふさの国 観光みらい塾	谷口 せい子 (企画部 S、S)	着地型観光推進講座・インバウンド対策について
49	2009年3月12日	観光庁	JAPCO国際会議誘致研修セミナー基調講演	小堀 守 (コンベンション誘致部長)	コンベンションの現状について
50	2009年3月13日	岩手県盛岡地方振興局	盛岡地域 外国人観光客サポートセミナー	塚本 恭文 (観光情報センター長)	外国人観光客受入態勢整備等について他
51	2009年3月13日	観光庁	訪日外国人受入研修会	伊東 和宏 (海外プロモーション部Mgr)	東アジアからの旅行者の現状と受入のポイント
52	2009年3月16日	山梨県北杜インバウンド協議会	インバウンド研修会	加藤 克志 (海外プロモーション部DM)	国のインバウンド事業について他
53	2009年3月17日	岐阜県観光連盟	おもてなし研修会	半田 雅則 (企画部 Mgr)	アジアからの訪日旅行の動向について
54	2009年3月18日	岐阜県観光連盟	おもてなし研修会	波多護 実 (海外プロモーション部Mgr)	アジアからの訪日旅行最新情報について
55	2009年3月17日	熊本県、(社)熊本県観光連盟	くまもと観光プロモーションネットワーク発足式基調講演	田中 和正 (コンベンション誘致部Mgr)	観光産業としてのコンベンションについて
56	2009年3月17・18日	(社)日本旅行業協会	第1回中連協セミナー東京・大阪会場	平田 真幸 (海外プロモーション部次長)	中国市場の最新マーケット動向について
57	2009年3月17日	松本市・松本観光協会	外国人旅行者受入セミナー	永井 優也 (海外プロモーション部AM)	インバウンド旅行市場の動向他
58	2009年3月19日	大阪おいでやす事業推進協議会	中国人観光客インバウンド促進セミナー	薬丸 裕 (海外プロモーション部SAM)	中国観光客の旅行動向等について
59	2009年3月27日	新潟県国際観光テーマ地区推進協議会	外国人観光客誘致研修会	中杉 元 (企画部AM)	香港からの訪日旅行の最新動向と受入れ

参考資料4 地方運輸局・地方自治体等訪問実績及び地方連携の例

ブロック名	訪問先	訪問日	ブロック名	訪問先	訪問日
北海道	北海道運輸局	H20.6.9	中部	愛知県	H20.6.27
	(財)札幌国際プラザコンベンションビューロー	H20.6.9		名古屋市	H20.6.27
	(社)札幌観光協会	H20.6.9		浜松市	H20.6.27
	北海道	H20.6.9		美濃市	H20.7.25
	北海道観光振興機構	H20.6.10		中部運輸局	H20.11.5
	洞爺湖町	H20.6.10	近畿	兵庫県	H20.4.24
	富良野市	H20.9.1		大阪府	H20.9.9
	旭川市	H20.9.1		彦根市	H20.10.9
	北海道運輸局	H20.10.27		近畿運輸局	H20.10.29
東北	宮城県	H20.4.22	中国	岡山市	H20.7.18
	山形県	H20.4.22		岡山県	H20.7.18
	仙台市	H20.4.22		広島市	H20.7.18
	福島県	H20.6.5		中国運輸局	H20.11.7
	東北運輸局	H20.11.4	四国	高知県	H20.6.10
関東	茨城県	H20.7.22	四国	四国運輸局	H20.10.28
	関東運輸局	H20.10.31		九州	九州運輸局
	埼玉県	H20.12.15	九州観光推進機構		H20.11.12
	茨城県	H20.12.25	沖縄	(財)沖縄観光コンベンションビューロー	H20.11.17
北陸信越	新潟県	H20.6.2		内閣府沖縄総合事務局・沖縄県	H20.11.17
	新潟市	H20.6.2		那覇市	H20.11.17
	金沢市	H20.7.3			
	北陸信越運輸局	H20.10.30			
	石川県	H21.3.19			
	金沢市	H21.3.19			

<JNTOニュースフラッシュを通じて広報した地方連携の例>

(沖縄との連携)

■ 訪日特化型の人気テレビ番組が再スタート【バンコク発】

(2008.5.23 発行「JNTO ニュースフラッシュ」一部抜粋)

タイで二番目の訪日特化型旅行番組「Discover Japan」の放映が、4月20日より再開されました。先行の訪日特化型の旅行番組「Say Hi!」と同様、PRの媒体として高い効果が見込まれていますが、今回はメジャー局で毎週日曜午後3時半から30分間という好条件での放映となりました。

第一回目は沖縄特集で、沖縄の歴史や食と海の魅力などが紹介されました。折りしも4～5月に250名が参加する沖縄行きのツアーが組まれており、タイミングよい放映が、さらなる沖縄人気の高まりにつながると期待されます。第2～3週目は冬の北海道特集で、氷瀑祭りや雪中露天風呂、各種ウィンタースポーツの魅力が紹介されましたが、これらも、タイにおける北海道人気にマッチし、評判は上々だった模様です。

タイで活躍する日本人俳優の佐野ヒロ氏がレポーターを務める同番組は、「タイ人監督の下で“タイ人がイメージする日本人”を演じるたびに矛盾を感じていた」という同氏が、ナマの日本を伝えたいと自ら制作会社を立ち上げ、放映にこぎ付けたものです。タイでは珍しい突撃取材型の構成が受けており、前回の放映(2007年11月～2008年1月)終了後も継続を望む声が多かったようですが、今回はよりよい時間帯で、しかもChannel 9とNHKとの提携30周年記念番組に位置づけられていることから、同番組の人気の高さがうかがわれます。

NEWS RELEASE



日本政府観光局 (JNTO)
Japan National Tourism Organization
企画部 経営企画グループ 広報担当
TEL:03-3216-1905 FAX:03-3214-7680
http://www.jnto.go.jp

※ 本リリースは国土交通記者会・交通運輸記者会に配布しております。

平成 21 年 1 月 27 日

理事長 間宮 忠敏

訪日外客数、前年をやや上回る 835 万 2 千人 — 下半期に景気後退、円高の影響を受けたものの、過去最高を維持 —

日本政府観光局 (JNTO) では、2008 年の訪日外客数の推計値を算出した。

ビジット・ジャパン・キャンペーン (VJC) の効果等により、上半期に前年同期比 10.0%増を記録したが、下半期には世界金融危機による景気後退と円高急進の影響を受け、同 8.8%減となった。年間では前年比 0.1%増の 835 万 2 千人と、かろうじて過去最高を維持した。各市場の訪日客の特徴は以下のとおり。(詳細は別紙)

- ① 韓国：上半期は VJC 宣伝効果等により前年同期比 8.1%増を記録したが、下半期は金融危機の中で円高が進み訪日客が激減、年間では前年比 8.4%減の 238 万 3 千人 <6 頁>
- ② 台湾：金融危機の影響を受けつつも、VJC 宣伝効果、クルーズ船の需要増、立山人気などに支えられ、前年並み (139 万人) を維持 <8 頁>
- ③ 中国：四川大地震、公務旅行の延期措置などがあったものの、VJC 宣伝効果、クルーズ船の需要増などにより、初の 100 万人を突破 <9 頁>
- ④ 香港：VJC 宣伝効果に加え、地方への航空便の拡充などが影響し、前年比 27.3%増の 55 万人と、初の 50 万人台を突破 <12 頁>
- ⑤ タイ：下半期に政局不安、円高の進行などの影響も受けたが、メディアの日本紹介の浸透、新規訪日ツアーの催行などが奏功し、前年比 14.6%増の 19 万 2 千人を記録 <13 頁>
- ⑥ 米国：サブプライムローン問題の影響で上半期は商用客が減少、下半期は金融危機による消費の手控え、円高の進行などで観光客も減少、年間では前年比 5.8%減の 76 万 8 千人 <17 頁>

なお、2008 年の出国日本人数 (推計値) は、世界金融危機による消費マインドの冷え込み、燃油サーチャージの値上げなどが影響し、前年比 7.6%減の 1,598 万 7 千人にとどまった。

お問い合わせ先：企画部 森川、吉田
TEL：03-3216-1905

日本政府観光局 (JNTO) は 2010 年までに訪日外国人旅行者数 1,000 万人を実現します。



参考資料6 報道発表案件一覧

発表時期	報道発表案件
平成20年4月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2008 年日韓観光交流年 START!ー日本から韓国へ、88 人のビデオメッセージー 2. パリ⇄東京 初の同時交通広告キャンペーンー日仏交流年を記念して日仏共同キャンペーンが始動ー 3. 第 18 回国際社会学会世界社会学会議の日本誘致成功！ 4. 訪日外客数・出国日本人数(2008年3月推計値、1月暫定値)
平成20年5月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 米国旅行口コミ情報サイトの観光地ランキングで「京都」がアジア部門 1 位に選出 2. JNTO ポルトガル語、ロシア語ウェブサイトの開設 3. 堅調な韓国人スキー客入り込み、新潟、福島で大幅な伸び 4. 平成 20 年度通訳案内士試験の実施 5. 訪日外客数・出国日本人数(2008年4月推計値、2月暫定値)
平成20年6月	<ol style="list-style-type: none"> 1. YOKOSO! JAPAN トラベルマート 2008 春の実施 2. 平成 20 年度「国際観光テーマ地区等推進協議会総会」を金沢で開催 3. JNTO が通称「日本政府観光局」を使用 4. サミット開催に併せ JNTO が洞爺湖にミニ TIC をオープン 5. You Tube 上に日本観光動画チャンネルを開設 6. 訪日外客数・出国日本人数(2008年5月推計値、3月暫定値)
平成20年7月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 米国の博物館やメディアが注目する日本の地方文化 2. 米国ヒスパニック富裕層の訪日旅行市場開拓に向けた新しい取組み 3. 訪日ショッピングPRに向け中国銀聯と初のタイアップ事業 4. 「日出ずる国」のミシュラン・グリーンガイドが誕生 5. JNTO が国際会議開催地選定のキーパーソンを日本に招請 6. 訪日外客数・出国日本人数(2008年6月推計値、4月暫定値)
平成20年8月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 観光統計資料集「JNTO 日本の国際観光統計(2007 年)」を発行 2. 訪日外客数・出国日本人数(2008年7月推計値、5月暫定値)
平成20年9月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 第 5 回 JNTO 特別顧問会議を開催ー経団連会長御手洗富士夫氏が座長ー 2. タイの国民的スターと連携した九州プロモーション 3. 中国・香港市場においてハローキティを活用したプロモーションを本格展開

	<ul style="list-style-type: none"> 4. 2007年の国際会議開催統計(UIA 暫定値統計)発表 5. JNTO 訪日外客消費動向調査 2007(速報) 6. 訪日外客数・出国日本人数(2008年8月推計値、6月暫定値)
平成20年10月	<ul style="list-style-type: none"> 1. JNTO 国際観光白書 2008 を発行 2. 「2009 日本香港観光交流年」の実施について 3. 訪日外客数・出国日本人数(2008年9月推計値、7月暫定値)
平成20年11月	<ul style="list-style-type: none"> 1. 中国国際旅游交易会(上海)で最大規模の訪日観光 PR を展開 2. 大阪府、福岡県などの訪問率が上昇ーJNTO が訪日外客実態調査 2007-2008(外国人旅行者の国内訪問地データ)調査結果速報を発表ー 3. 日本の国際コンベンション開催統計発表ーJNTO コンベンション統計 2007ー 4. 訪日外客数・出国日本人数(2008年10月推計値、8月暫定値)
平成20年12月	<ul style="list-style-type: none"> 1. 「平成 20 年度日本政府観光局(JNTO)国際会議誘致・開催貢献賞」受賞会議の決定および表彰 2. 受入対策向上に活かしたい外国人旅行者の生の声 ～JNTO が来訪外国人旅行者を対象に調査～ 3. 日本で唯一のコンベンション見本市・国際ミーティング・エキスポ「IME2008」を開催 4. 韓国で訪日教育旅行セミナーを開催 過去最大規模の参加者数 5. 訪日外客数・出国日本人数(2008年11月推計値、9月暫定値)
平成21年1月	<ul style="list-style-type: none"> 1. 平成 20 年度通訳案内士試験の合格発表等 2. 日本に関する旅行ガイド「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン」が初登場 3. 訪日外客数・出国日本人数(2008年12月推計値、10月暫定値)
平成21年2月	<ul style="list-style-type: none"> 1. 米国最大の自動車レース開幕戦に「Car No.01 Yokoso! Japan TOYOTA」出場 2. 国際会議支援セミナーと国際会議海外キーパーソン招請事業を実施 3. WBC 東京ラウンドにて日本政府観光局(JNTO)が PR を実施 4. JNTO 訪日外客訪問地調査 2008 結果速報 5. 英国の人気旅行雑誌「ワンダーラスト」が満足度の高い観光地ランキングを発表ー日本が第 1 位に！ 6. 訪日外客数・出国日本人数(2008年1月推計値、11月暫定値)
平成21年3月	<ul style="list-style-type: none"> 1. 2014 年国際法曹協会(IBA)年次総会の日本開催決定 2. 訪日外客数・出国日本人数(2008年2月推計値、12月暫定値)

参考資料7 職員寄稿記事及びプレスリリース掲載記事

トラベルジャーナル 2008年4月28日号



旬刊旅行新聞 2008年11月21号



旬刊旅行新聞 2009年2月21号



海外事務所職員が国内旅行業界誌に最新現地マーケット情報を寄稿した。トラベルジャーナルへは4月から6月まで、月2回、海外事務所が持ち回りで「Selling Japan～海外マーケットは今～」を執筆し、旬刊旅行新聞へは月1回、アジア地区の事務所が持ち回りで「アジアの旅行動向～海外宣伝事務所最新レポート～」を執筆した。

また、週刊観光経済新聞においては、「視点・日本の観光」と題し、月2回、役員がリレー形式によりJNTOの活動の紹介や訪日インバウンドの最新トピックスに

参考資料8 特別顧問会議、アドバイザー・コミッティのメンバー

特別顧問会議(全15名)		アドバイザー・コミッティ(全13名)	
御手洗 富士夫	座長 (社)日本経済団体連合会 会長	森地 茂	座長 政策研究大学院大学 教授
大塚 陸毅	東日本旅客鉄道(株) 取締役会長 (社)日本経済団体連合会 観光委員会委員長	五十嵐 徹	産経新聞社 論説副委員長
小倉 和夫	独立行政法人 国際交流基金理事長	田崎 史郎	時事通信社解説委員長
金井 耿	(社)日本旅行業協会会長 (株)日本旅行代表取締役 会長	寺田 輝介	(財)フォーリン・プレスセンタ ー理事長
佐藤 茂雄	(社)日本民営鉄道協会会長	生江 隆之	(社)日本経済団体連合会 観光委員会企画部会長
佐藤 義正	(社)国際観光旅館連盟会長 ホテル大観代表取締役社長	原 真人	朝日新聞社論説委員
寺嶋 潔	(財)運輸政策研究機構顧問	丸山 淳一	読売新聞社論説委員
飛田 克夫	ジャパニーズ イン グループ会長 旅館浅草指月社長	アイシャ・レバイ ン	元亀岡市国際交流員
中村 徹	(社)日本観光協会会長	アンドリュース・ M・リー	アイポニックス・ジャパン(株) 代表取締役
中村 裕	(社)日本ホテル協会会長 (株)ロイヤルパークホテル 代表取締役社長	孔 怡	(有)天怡 代表取締役 プロデューサー
西松 遥	定期航空協会会長 (株)日本航空 代表取締役社長	ドラ・トーザン	エッセイスト・ 国際ジャーナリスト
額賀 信	(株)ちばぎん総合研究所 取締役社長	李 容淑	(株)リンカイ取締役社長
船山 龍二	(社)日本ツーリズム産業団体 連合会会長		
向山 秀昭	帝京大学教授		
山田 啓二	京都府知事		

※肩書きは全て、開催当時のもの。

調査の概要

調査時期

2007年度版 夏(2007年7～8月)、秋(2007年10月)、冬(2008年2月)

2008年版 冬(2008年2月)、夏(2008年7～8月)、秋(2008年10月)

※2008年2月に行った調査結果は、2007年版及び2008年版の双方に含まれている。

調査項目

- (1) 日本旅行中の訪問地、滞在期間、宿泊地等
- (2) 調査対象外客の属性(居住地、性、年齢)、訪日目的、旅行形態等

調査対象

日本旅行を終え、新千歳、仙台、成田、羽田、中部、関西、福岡、那覇の各国際空港および博多港(海港)から出国しようとしている、滞在期間が2日以上、3カ月以内の海外居住の外国人旅行者

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インタビュー形式で質問し、調査員が調査票に回答を記入した。言葉が通じない場合は、調査対象者が最も回答しやすい言語(英語・中国語[繁体字及び簡体字]・韓国語・タイ語・フランス語・スペイン語・ロシア語)で表記されている調査票を選び、自ら記入した。

標本数

2007年度版 14,535票(夏:4,722票、秋:4,993票、冬:4,820票)

2008年版 14,963票(冬:4,820票、夏:5,181票、秋:4,962票)

参考資料10 「JNTO国際観光白書2008」の発行

日本の外国人訪問者数、世界で28位に！『JNTO 国際観光白書 2008』を発行

※平成20年10月3日報道発表から抜粋。

日本政府観光局（JNTO）は、日本と世界の国際観光の現状を分かりやすく解説した『JNTO 国際観光白書 2008』（A5 版）を発行した。本書では近年急増している訪日外客にスポットを当て、外客誘致のために官民が一体となって展開しているビジット・ジャパン・キャンペーンの現状や、訪日旅行市場として有望な世界 15 カ国・地域の経済・社会状況や外国旅行の最新動向などを幅広く掲載している。主な内容は以下の通り。

1. 世界の国際観光の動向

- ① 2007 年の世界の国際観光客数は、前年比 6.6%増の 9 億 330 万人と過去最高を記録。国別の1位はフランス(8,190 万人)で、日本は 28 位(835 万人)と 2006 年よりも 2 位上昇した。
- ② 2007 年に国際観光収入が最も多かった国は米国(967 億米ドル)で、日本は 26 位(93 億米ドル)と、2006 年よりも 4 位下がった。
- ③ 2007 年に国際観光支出が最も多かった国はドイツ(829 億米ドル)で、日本は円安と海外旅行者の減少により 7 位(265 億米ドル)と 2006 年よりも 2 位下がった。

2. 日本の国際観光の動向

- ① 2007 年の訪日外客数は、VJC 効果、円安基調、航空座席供給量の増加などにより、前年比 13.8%増、過去最高の 835 万人を記録した。国・地域別では韓国、台湾、中国、米国、香港が上位を占め、これら 5 市場で訪日外客全体の 74.0%を占めた。
- ② JNTO の調査によると、訪日外客の旅行動機の 1 位はショッピングであった。特に香港人は、回答者全体の 70%がショッピングを訪日動機として挙げるほど関心が高かった。
- ③ 2007 年の日本人海外旅行者数は、前年比 1.4%減の 1,729 万人であった。日本人の海外旅行先は 2006 年に続き 2007 年も中国が首位を守った。

3. 日本と諸外国との国際観光交流

- ① 中国から日本へのクルーズ旅行が人気上昇。夫婦、友人、家族との旅行が主流を占め、船内でのイベントも人気の秘訣。
- ② 韓国人の訪日スキー客は順調に増加し、年間で 1 万 5 千人を記録。「スキー＋温泉」の人気旅行商品に加えて、都市観光やショッピングを組み合わせた旅行商品も増加。

参考資料11 第6回インバウンド旅行振興フォーラム開催報告



平成 21 年 2 月 6 日、日本政府観光局(JNTO)は「第 6 回インバウンド旅行振興フォーラム」を東京のベルサール神田で開催しました。全国から地方公共団体、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におよそ 400 名の方々にご出席いただきました。

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 分まで開催しました。



加えて、個別相談会と並行して、各海外事務所長による「市場説明会」も開催しました。さらに、皆様からのお問い合わせの多い、調査研究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。

(上記報告は以下のウェブサイトから抜粋)

http://www.jnto.go.jp/jpn/biz_partners/inbound_forum_info.html

参考資料12 日仏共同キャンペーン報道資料

報道資料



JNTO (国際観光振興機構)

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



平成 20 年 4 月 24 日
理事長 間宮 忠敏

パリ⇄東京 初の同時交通広告キャンペーン — 日仏交流年を記念して 日仏共同キャンペーンが始動 —

日仏観光交流年の本年、国際観光振興機構（JNTO）とフランス政府観光局は協力して日仏の双方向の観光交流を促進すべく、両国で共同キャンペーンを展開します。そのキックオフとして、パリと東京で同時交通広告キャンペーンを実施することとなりました。

広告のビジュアルには、いずれも「海に浮かぶ世界遺産」である宮島の厳島神社とモン・サン・ミシエルを用い、日本とフランス、双方の魅力を両国でPRします。

パリでは、3月と5月の2期に亘り、市内を巡回する2階建て観光バスでの車体広告（ラッピングバス）を実施します。ラッピングバスの運行コースには、シャンゼリゼ通りやエッフェル塔などが含まれ、パリ市内の主要スポットがカバーされます。

車体広告と連動して、観光交流年を記念したJNTOサイト内の特設ウェブページ (<http://www.tourisme-japon.fr/jnto150>) を通じたPRを実施中ですが、今後も、パリで行われる着物展示会と連動した観光プロモーション（5月15日/於：バガテル公園内オランジュリー館）や見本市への出展などが予定されています。フランスの旅行会社とも連携して、この機会にフランスからの訪日客の更なる増加を図ります。

一方、日本では、在日フランス政府観光局がキャンペーンを実施します。4月から6月にかけて、東京と大阪のJR、地下鉄、私鉄の各路線で展開される大規模な列車内広告をハイライトに、雑誌、携帯サイトなど幅広いメディアを通じたPRキャンペーンが年間を通じて実施されます。



【問合せ先】 国際観光振興機構（JNTO） 海外プロモーション部 部長：鶴岡、担当： 大石、伊与田
TEL:03-3216-1902 FAX:03-3216-1846
〒100-0006 東京都千代田区有楽町 2-10-1 東京交通会館 10 階

参考資料13 ウェブサイトの言語別アクセス数推移

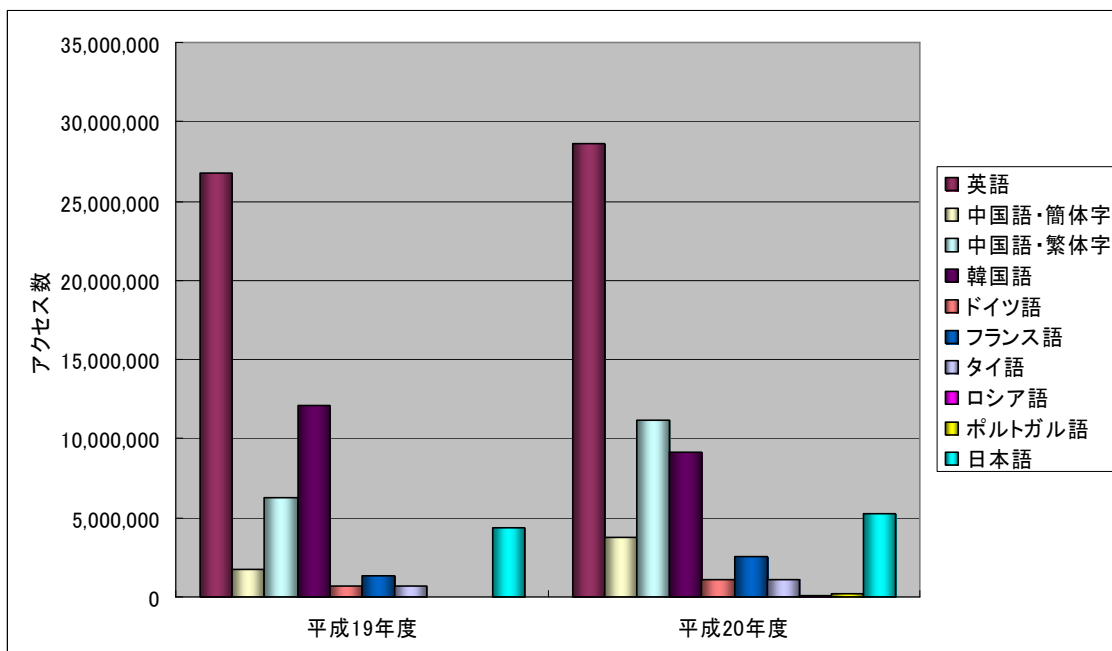
平成19年度～平成20年度の JNTO ウェブサイト言語別アクセス数 (pv)

	平成19年度	平成20年度	平成20年度増加率
			対平成19年度
英語	26,817,929	28,653,621	6.8 %
韓国語	12,113,641	9,079,742	-25.0 %
中文繁体字	6,271,563	11,183,361	114.4 %
中文简体字	1,770,208	3,794,837	78.3 %
ドイツ語	748,899	1,152,662	53.9 %
フランス語	1,367,708	2,503,473	83.0 %
タイ語	714,006	1,127,467	57.9 %
ロシア語	---	70,141	---
ポルトガル語	---	244,561	---
日本語	4,377,148	4,377,148	19.5 %

※上記以外に各言語に分類しないアクセスがある。

※日本語による観光情報の提供は行っていない。

※ロシア語は平成20年4月、ポルトガル語は平成20年5月に JNTO サイトとして運用開始。



言語別地域観光情報アクセスランキング(上位20位)

	英語	韓国語	中文簡体字	中文繁体字
1	新宿	新宿	新宿	新宿
2	箱根	渋谷	銀座・日本橋	札幌大通公園
3	皇居周辺	お台場	秋葉原	軽井沢
4	渋谷	池袋	箱根	富良野
5	札幌大通公園	銀座・日本橋	札幌大通公園	心齋橋
6	浅草	原宿・表参道	渋谷	箱根
7	秋葉原	札幌大通公園	浅草	お台場
8	銀座・日本橋	東京中心部	心齋橋	浅草
9	富士山(静岡)	博多	お台場	小樽
10	日光市内	赤坂・六本木	皇居周辺	京都駅周辺
11	上野	大阪城	池袋	名古屋城
12	京都駅周辺	梅田	赤坂・六本木	池袋
13	東京中心部	秋葉原	京都駅周辺	函館
14	赤坂・六本木	浅草	東京中心部	旭川
15	原宿・表参道	心齋橋	上野	渋谷
16	祇園・河原町	道頓堀	原宿・表参道	原宿・表参道
17	池袋	那覇市内	大阪城	銀座・日本橋
18	高山	小樽	小樽	秋葉原
19	梅田	函館	梅田	上野
20	お台場	中州・天神	祇園・河原町	梅田

※網掛は都内の観光地。

※地域観光情報は英、韓、中文(簡体字、繁体字)の4言語で提供。

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	20.4%	韓国	70.2%	中国	44.7%	香港	49.4%
2	日本	18.8%	アメリカ合衆国	23.7%	日本	33.8%	台湾	23.2%
3	シンガポール	11.3%	日本	4.0%	アメリカ合衆国	8.0%	日本	11.2%
4	オーストラリア	6.7%	中国	0.3%	香港	3.1%	中国	5.7%
5	マレーシア	5.1%	マレーシア	0.3%	マレーシア	2.0%	アメリカ合衆国	4.8%
6	タイ	4.6%	カナダ	0.2%	シンガポール	1.8%	マカオ	0.9%
7	香港	4.1%	香港	0.1%	ロシア	0.9%	カナダ	0.9%
8	イギリス	3.7%	オーストラリア	0.1%	アラブ首長国連邦	0.9%	オーストラリア	0.7%
9	カナダ	3.6%	モロッコ	0.1%	台湾	0.7%	マレーシア	0.5%
10	中国	3.1%	アルゼンチン	0.1%	オーストラリア	0.6%	シンガポール	0.5%
11	スペイン	1.4%	イタリア	0.0%	イギリス	0.5%	イギリス	0.3%
12	ドイツ	1.2%	イギリス	0.0%	カナダ	0.5%	アラブ首長国連邦	0.2%
13	欧州連合	1.2%	セネガル	0.0%	スペイン	0.3%	韓国	0.2%
14	フランス	1.1%	ドイツ	0.0%	韓国	0.3%	ロシア	0.1%
15	イタリア	1.0%	アラブ首長国連邦	0.0%	モロッコ	0.3%	ルーマニア	0.1%
16	韓国	0.8%	ニュージーランド	0.0%	ルーマニア	0.2%	モロッコ	0.1%
17	オランダ	0.8%	シンガポール	0.0%	スウェーデン	0.2%	スウェーデン	0.1%
18	アラブ首長国連邦	0.7%	ポーランド	0.0%	フランス	0.2%	フランス	0.1%
19	台湾	0.6%	ベトナム	0.0%	マカオ	0.2%	欧州連合	0.1%
20	インドネシア	0.6%	タイ	0.0%	ベトナム	0.1%	ニュージーランド	0.1%

※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。

参考資料14 「Visit Japan Channel」のトップページ

The screenshot shows the YouTube channel page for 'visitjapan'. At the top, there's a red banner with the text 'Visit Japan Channel' and the logo for the Japan National Tourist Organization. Below the banner, there are navigation links for '動画', '再生リスト', and 'グループ'. On the left side, there's a channel information box for 'visitjapan', which includes a profile picture, channel name, member registration date (2006年09月18日), last login (1月前), subscriber count (1,530), and video view count (87,668). Below this, there's a description of the channel's name (JNTO) and its purpose. To the right of the channel info is a video player showing a video titled 'YOKOSO! JAPAN' with a forest background. Below the video player, there's a video information box showing the title, uploader (visitjapan), view count (130,936), and comment count (33). At the bottom, there's a '再生リスト' (Playlists) section with two entries: 'Visit Japan Campaign 7 動画' and 'Hokkaido 12 動画'. Each entry has a thumbnail, a description, and options for 'すべて再生' and '共有'.

<http://www.youtube.com/visitjapan>

【YouTube 上に日本観光動画チャンネルを開設】 （平成 20 年6月30日プレスリリース抜粋）

日本政府観光局(JNTO)は、6月30日に日本観光に関する動画チャンネル「Visit Japan Channel」(<http://www.youtube.com/VisitJapan>)を開設します。これは、世界最大の動画サイトである YouTube (<http://www.youtube.jp>)に、日本の観光魅力を動画で発信する公式チャンネルを設けるものです。すでに海外では、香港、インド、ニュージーランドなどの各政府観光局が YouTube 上に同様の動画サイトを設け、観光プロモーション活動を行っています。

JNTO は現在、地方公共団体などの事業パートナーの方々から頂いた観光写真をフォト・ライブラリーとして公開していますが、近年観光プロモーション DVD をお預かりすることが増えており、その有効活用方法として今回動画チャンネルを開設することにしました。

現時点では、ビジット・ジャパン・キャンペーンのプロモーション・ビデオをはじめ、北海道の自然の魅力などのビデオを見ることができます。当面は、使用許諾を頂いている動画を中心に公開していく計画ですが、動画チャンネルへのアクセス状況を見ながら、広く動画の提供をお願いしていきたいと考えております。

今後は、掲載する動画の拡充を図るとともに、JNTO ウェブサイトに掲載されている関連地域の詳細情報と相互にリンクを張ることで、日本観光宣伝に関する相乗効果を図っていく予定です。

参考資料15 新たに開設したローカルサイトのトップページ(ポルトガル語)



ブラジルにおいては近年訪日旅行者の増加が著しく(2007年は18,853人)、2002年にJNTOサンパウロ事務所が閉鎖して以来閉鎖されていたポルトガル語サイトを、2008年の日本ブラジル交流年に合わせてリニューアルオープンしました。

国内60箇所の観光地情報を最新情報に更新したほか、新たに宿泊施設のデータベースを追加し、ポルトガル語の日本案内パンフレット(PDF)のダウンロードも可能な仕様となっています。更に、500箇所の観光地についてより詳細に紹介しているJNTO英語サイト(<http://www.jnto.go.jp/eng/>)や特に有用な他サイトへのリンクを40箇所以上設け利用者の便をはかっており、ポルトガル語圏の方々に日本を旅行先に選んでもらい、また日本旅行を決定した方々が準備を行うために必要な情報を盛り込んだサイトとなっています。(平成20年5月13日プレスリリース抜粋)

参考資料15 新たに開設したローカルサイトのトップページ(ロシア語)



昨今の目覚ましい経済成長を背景にロシアの外国旅行マーケットも勃興著しく、訪日ロシア人数は英国、フランス、ドイツに続き、欧州地域で第4位となっています(2007年は過去最高の64,244人)。ロシアでも日本文学や日本映画、日本食への関心が高まるなど日本ブームが起きており、訪日旅行促進には絶好の機運となっています。

今般、JNTOでは、昨年度作成し好評を博したロシア語版訪日旅行パンフレットの内容に沿ってウェブページを作成し、訪日旅行に必要な基本情報を掲載しました。(平成20年5月13日プレスリリース抜粋)

参考資料16 平成20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

順位	印刷用	件数	壁紙用	件数
1	富士山と桜1(山梨)	952	富士山と桜1(山梨)	2974
2	円光寺1(京都)	614	円光寺1(京都)	2351
3	富士山と忠霊塔(山梨)	589	新宿(東京)	1314
4	新宿(東京)	386	富士山と忠霊塔(山梨)	1237
5	レインボーブリッジ(神奈川県)	337	栗林公園(香川)	989
6	富士山と桜2(山梨)	245	レインボーブリッジ(神奈川県)	715
7	東京タワー(東京)	233	富士山と桜2(山梨)	631
8	大阪城(大阪)	214	東京タワー(東京)	516
9	栗林公園(香川)	208	姫路城(兵庫)	493
10	秋葉原(東京)	207	円光寺2(京都)	468

ダウンロード件数国別上位10位

(印刷用及び壁紙用:日本国内からは除く)

順位	都道府県	件数
1	アメリカ合衆国	334,828
2	大韓民国	32,687
3	タイ	31,259
4	中華人民共和国	22,298
5	香港	14,545
6	ドイツ	13,849
7	シンガポール	12,360
8	ベルギー	10,778
9	イギリス	10,558
10	オーストラリア	9,933

参考資料17 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	3件	2件	0件	5件	0件	10件
	海外プロモーション事業	0件	0件	0件	0件	0件	0件
	海外事務所独自事業	3件	1件	0件	2件	0件	6件
	VJC事業	0件	2件	0件	1件	0件	3件
新聞・雑誌 (一般誌)	メディア広報事業	32件	108件	18件	29件	0件	187件
	海外プロモーション事業	2件	0件	7件	45件	1件	55件
	海外事務所独自事業	96件	392件	17件	307件	1件	813件
	VJC事業	17件	29件	54件	113件	6件	219件
新聞・雑誌 (業界誌)	メディア広報事業	15件	7件	1件	3件	0件	26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	30件	98件	11件	217件	0件	356件
	VJC事業	5件	4件	7件	29件	1件	46件
テレビ・ラジオ	メディア広報事業	7件	19件	1件	49件	0件	76件
	海外プロモーション事業	0件	0件	1件	13件	0件	14件
	海外事務所独自事業	3件	44件	0件	39件	3件	89件
	VJC事業	0件	2件	3件	19件	1件	25件
その他	メディア広報事業	14件	7件	0件	7件	0件	28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	23件	43件	27件	43件	2件	138件
	VJC事業	5件	1件	0件	2件	0件	8件
合計	メディア広報事業	71件	143件	20件	93件	0件	327件
	海外プロモーション事業	2件	0件	8件	58件	1件	69件
	海外事務所独自事業	155件	578件	55件	608件	6件	1402件
	VJC事業	27件	38件	64件	164件	8件	301件

* 上記地域分類は、発行国ベースとなっている。例えば、BKKで韓版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。

JAPAN TRAVEL NEWS Summer 2008



Japan National Tourist Organization



Web link to JNTO events pages

Check out the summer events in Japan:
<http://www.jnto.go.jp/eng/indepth/history/traditionalevents/index.html>

Hot pot (Chanko Nabe) from Sumo Stable

Last issue, we mentioned the delicious chanko nabe that sumo wrestlers prepare, and many people asked for a recipe. In this issue, we're proud to present the recipe from Arashio sumo stable.

Recipe



Ingredients: Shirataki noodles (made of yam), abura-age (fried tofu pouches), nira (leeks), green onions, cabbage, chicken, carrots, shiitake mushrooms

You may need to go to a Japanese food store to get the shirataki and abura-age.

Cut everything into bite size pieces – remember you're going to pick this straight out of the pot with chop sticks. Ceramic do-nabe are best for chanko – look for them at Japanese stores!

Directions:

1. Put water and chicken into large pot
2. Turn heat to high
3. Once the water has started boiling, add the other ingredients (except the leeks) and boil until cooked
4. Add salt
5. Add the leeks
6. Serve and enjoy!

Features

- Web link to JNTO events pages.....1
- Hot pot from Sumo Stable.....1
- Tokyo Metro Special Open Tickets for Tourists.....2
- Hokkaido Rail Pass.....2
- JR East launched Internet Service for Train Seat Reservation.....2
- Unforgettable Experiences in Japan....3

Japan National Tourist Organization

481 University Avenue, Suite 306
 Toronto, Ontario M5G 2E9
 Tel: 416-366-7140
 Fax: 416-366-4530
 Email: info@jntoxyz.com
 Website: www.jnto.go.jp/canada/

For comments & suggestions, please submit to the Editor, Athena Ho at athena@jntoxyz.com

All previous Newsletters can be accessed at <http://www.jnto.go.jp/canada/newsletter.html>



Celebrating 40 years of Japan Airlines service to Canada!

1

参考資料19 ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン発行

ガイドブック名: ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン (MICHELIN Le Guide Vert Japon)

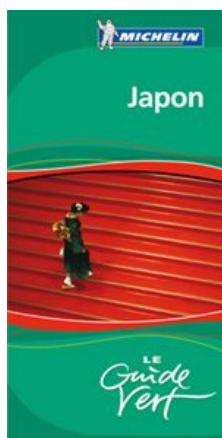
発行年月日: 平成 21 (2009) 年 3 月 16 日

発行部数: 10,000 部 (初版)

ページ数: 456 ページ

内容の特色: ミシュラン・グリーンガイドは 1926 年から刊行されている、歴史や文化、美術、建築、ドライブ周遊コースなど名所案内の情報を盛り込んだガイドブックである。歴史・文化の面を中心にフランスのガイドブックとしては NO.1 との評価があり、リピーターのための情報としても充実している。数年前からのパリ事務所の働きかけもあり、ミシュラン社の「日本」の旅行ガイドブックとしては、平成 19 (2007) 年 4 月に発行された実用旅行案内ガイドブック (MICHELIN Voyager Pratique Japon) に続いて発行された。フランス語版に続き、平成 21 (2009) 年 9 月には英語版が発行される予定。

ミシュラン・グリーンガイド・ジャポンでは東京、京都、中部、中国、四国、九州、沖縄、東北、北海道が取り上げられているほか、「日本を理解する」という章が設けられており、仏像からパチンコまで日本文化の多様な側面が紹介されている。また、ある国を深く知るためには、その国に住む人々を知ることが最良の方法として、様々な職業、年代、地域の日本人が日本文化と生活の知恵についても紹介している。本ガイドブックの発行については、日本国内のメディアでも大きく取上げられ、地方の観光魅力の発掘にも貢献した。



「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン」の特徴 (平成 21 (2009) 年 1 月 30 日付プレスリリースより)

- ・ 41 点の地図と案内図: 見所を一覧できる地図、8 点の地域図、観光地とホテル・レストランの所在地を入れた 30 点の都市図、富士山と阿蘇山の案内図。
- ・ 紹介された全ての地名と、実用情報の欄に掲載されたホテル・レストランなどの施設名を日本語で表記。
- ・ 役立つ問合せ先一覧: 予算に合わせて選べる宿泊施設やレストラン、店舗や喫茶店、運動施設やレジャー施設など外出にお薦めの 350 カ所を超える施設を掲載。
- ・ 仏日単語帳と、屋内でのスリッパの使い方や温泉の入り方など、失敗を避けるための知恵の数々を紹介。

参考資料20 カナダでの Japan Travel Specialist(JTS)事業



※Japan Travel Specialist(JTS)の登録を開始したトロント事務所ウェブサイトのトップページ

E-learning を開始【トロント発】（平成 20 年 9 月 5 日 JNTO ニュースフラッシュ Vol.245 抜粋）

トロント事務所ではこれまで訪日ツアーの造成販売支援に力点を置いた事業の展開をカナダで行ってきましたが、販売の第一線に立つ同国の旅行会社の職員の多くが日本旅行に関する知識がややもすると乏しく、これが販売促進上のネックの一つとされていました。これを解決するため、同所では 8 月 21 日から旅行業関係者を対象とする E-learning 事業（オン・ライン研修事業）を開始しました。

同オン・ライン研修事業は同所ローカルサイト(<http://www.jnto.go.jp/canada/>)上で運営され、3つのコースから構成されています。各コースには教材と理解度を確認するための設問が掲載されています。

コース・Ⅰ： 地理、歴史、文化、通貨、交通、宿泊などの基本情報。設問：12 問。

コース・Ⅱ： 観光情報（北海道、東北、関東、中部・北陸・信越、関西、中国、四国、九州、沖縄の 9 地域に区分し紹介）。設問：7 問。

コース・Ⅲ： 日本旅行の魅力とスクールトリップ促進するための教材。設問：5 問。

受講者が上記 3 コースを修了すると日本旅行に関する基礎的知識が修得される仕組みとなっています。

今回の研修事業では合計 24 の設問の内、19 問以上に正解した受講者に Japan Travel Specialist(JTS)としての資格証明書が授与されます。来年 2 月末までの JTS 認定者から抽選で 4 名に日本航空及びエアー・カナダの協力により日加間往復航空券が提供される他、認定者には JNTO が実施あるいは関与するセミナーやトラベル・マートなどの事業への優先的な参加、印刷物等セールス・ツールの提供やニュースレターの定期的な配信がなされます。

なお、今回はカナダの旅行業界誌、Travel Courier 誌（週刊）の 8 月 21 日号で本事業に関する記事が大きく紹介され、同地旅行業者の関心を集めています。また、同誌には 8 月 28 日を皮切りに来年 2 月中旬まで合計 9 回の事業広告が掲載され受講者の募集を行うことになっています。

参考資料21 ビジット・ジャパン案内所とは



大宮駅観光案内所<埼玉県>



弘前市立観光館<青森県>

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

JNTOでは、「V」案内所間のネットワークを確立し、印刷物やEメール、研修会等によりネットワーク内での情報交換・共有化を進め、外国人観光客が独り歩きできる全国レベルでの環境整備を展開しております。

「V」案内所の所在地は、各地の観光情報とともに海外13箇所のJNTO観光宣伝事務所等で配布しているJNTO外国語日本観光宣伝印刷物や、多くのアクセスを誇るJNTOウェブサイトに掲載され、広く全世界にPRされています。

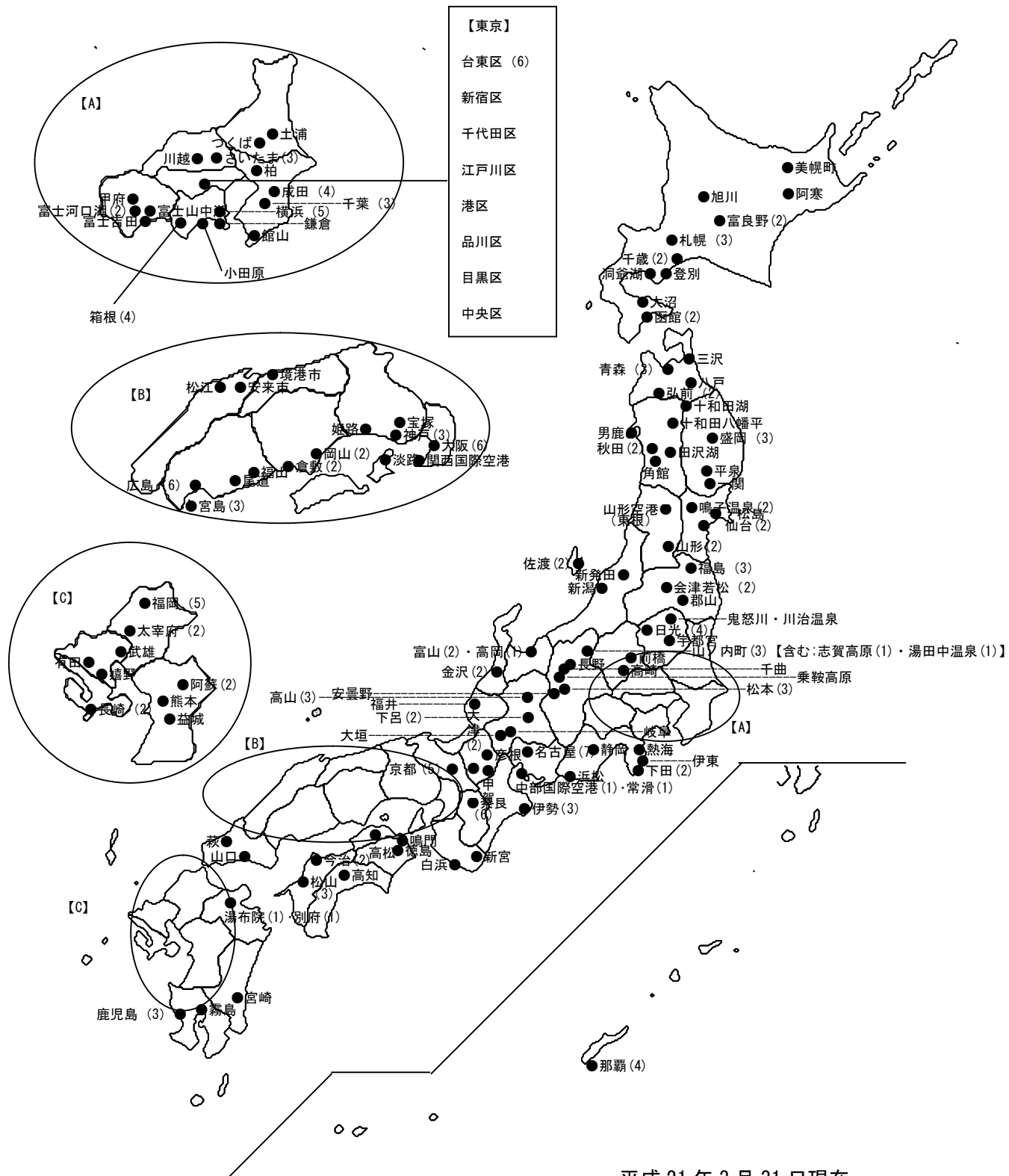
「V」案内所は、地方自治体などの公的団体や鉄道会社等、官民のさまざまな組織が運営を行っており、平成21年4月1日現在で全国に232箇所あります。

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、全国の観光案内所の中核的存在として外国人来訪客に対し、各地の「V」案内所が提供している着地情報に加えて、日本についての一般基本情報、全国観光地情報を総合的に提供しています。さらに、TIC内に「V」サポートセンターを設置し、全国の「V」案内所への全面的なバックアップを行っています。

各地の「V」案内所には、外国人客がすぐに認識できるよう、「？」で表した右記の共通マークが掲示されています。



参考資料22 ビジット・ジャパン案内所の所在地



平成 21 年 3 月 31 日現在
 (注) 都市名に付記された () 内の数は案内所数である。

<ツーリスト・インフォメーション・センター開設告知のチラシ>



Koto



Tea Ceremony

Tourist Information Center is OPEN

between 9:00 am to 10:00 pm (July 1st to 10th)

We provide tourist information on Japan .
You can also experience

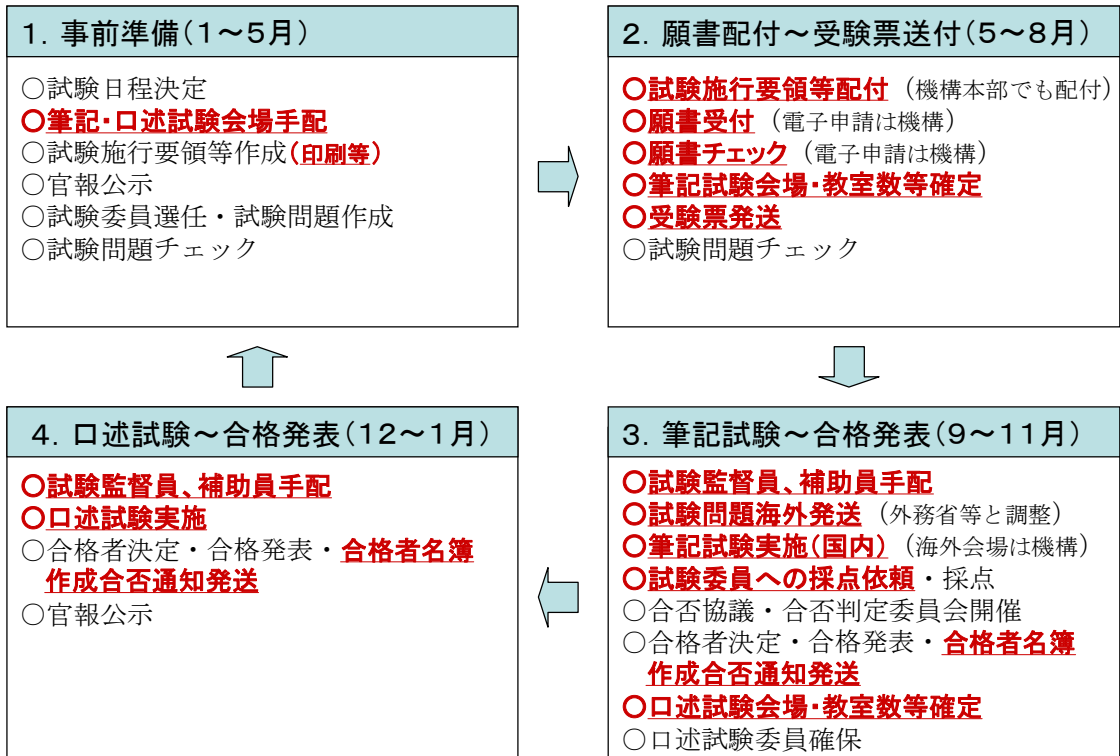
- ☆ Tea Ceremony & Japanese Sweet
- ☆ Flower Arrangement
- ☆ Kimono/Yukata
- ☆ Koto (Japanese traditional instrument)

and much more!

On the 2nd floor, Hokkaido Photograph Exhibition is held.



参考資料24 通訳案内士試験業務における市場化テストの入札対象事業



※下線部分が市場化テストの入札対象事業

(別添1)平成20年度事業計画(海外宣伝業務)

1. 各市場共通

機構の海外事務所がある各市場においては、海外事務所を中心に、海外の旅行会社、メディア等の関係者とのネットワークを構築し、以下のとおり、市場動向の把握・分析を行うとともに、海外の一般消費者、旅行会社、メディア等に対して日本の観光魅力の情報発信、情報提供を行う。

- WEBサイトやパンフレットの配布等を通じて、一般消費者に対して、日本の観光情報等の提供を行う。
- 海外のメディアに対して、取材先にふさわしい観光地の情報提供、必要に応じて取材の手配等を行う。
- 我が国の観光魅力の紹介や、観光施設の開業等に関する情報に関するニュースレターを作成し、海外のメディア、観光関連業界等に向けて配信する。
- 旅行会社をはじめとする観光関連業界等に対する聞き取り調査等を行い、旅行者の嗜好の変化、訪日ツアーの動向等の市場情報を収集する。
- 現地の旅行会社等を対象とする日本観光セミナーを開催し、訪日旅行商品の造成を支援する。

2. 韓国市場

- 夏に向けては20～30代女性を、秋(秋夕:9月)及び冬シーズン向けには20～30代を、それぞれターゲットとしたテレビ、雑誌、屋外ビジョン、シネアド等への広告宣伝を、「ビジット・ジャパン・キャンペーン観光親善大使・YUNNAさん」の活用と合わせ、実施する。
- 前述の夏・秋・冬シーズン向け広告宣伝事業に連動させ、機構のWEBサイトにおいて、地元有力企業とのタイアップ等による「キャンペーン」を実施する。
- 「日韓観光交流年」事業としての「観光交流年オープニングセレモニー」、「日韓観光交流の夕べ」及び「第4回日韓交流おまつり」、また韓国最大規模の旅行見本市「KOTFA」への地方自治体、民間事業者との共同出展等の事業実施によりメディア露出の機会を増加させ、日韓両国の友好ムードを醸成させる。
- 訪日教育旅行を誘致するため、有力な旅行会社を招請し、日本の受入れ関係者との商談会を実施する。商談会後は自治体主体で地方視察を行なう。また、韓国の主要都市においても各地区の旅行会社と日本の受け入れ関係者との商談会を

行なう。さらに、旅行会社からの「学校訪問」の問い合わせに対し、日本国内の訪日教育旅行促進のための地域協議会、関係団体、学校等を紹介する「マッチングサービス」を実施する。

- 訪日スキー旅行商品の造成を支援するため、有力旅行会社を9月に日本へ招請し、韓国、香港、シンガポールの3市場合同の商談会を開催する。また、商談後、地方自治体、関係団体等の協力の下、ファムトリップ(地方視察)を実施する。

3. 中国市場

- 北京、上海、広東省に加え、瀋陽、大連、南京、杭州、深セン等在住の富裕層・新興中間層を対象として、夏、秋、冬、春の各シーズンに向けた広告宣伝事業を、有力新聞、TV、地下鉄車両内広告等を活用して実施する。
- TV番組を活用した観光魅力PRの映像資料を機構のWEBサイトのコンテンツとし、その2次・3次利用を行うことで、効果の最大化を図る。
- 地方自治体、民間事業者と連携し実施していた「ジャパンフェスタ」は11月に上海で開催される中国最大規模の旅行見本市「CITM」に発展的に集約する。
- 訪日教育旅行を誘致するため、有力な教育関係者、訪日教育旅行取扱旅行会社を招請し、モデルルートを視察してもらうとともに、日程の中で日本側の自治体や受入れ機関との意見交換会を実施する。さらに、旅行会社からの「学校訪問」の問合せに対応し、日本国内の訪日教育旅行促進のための地域協議会、関係団体、学校等を紹介する「マッチングサービス」を実施する。
- JTS(Japan Travel Specialist)育成事業については、従来主要都市において集合教育で行なってきた形式を、Eラーニングに切り替え、受講者の拡大を図る。また新たに上級コースとしてテーマツアーの企画セミナーを設定し事業の高度化を図る。

4. 香港市場

- 夏、冬(クリスマス、旧正月)、春(イースター)の各シーズンに向け、20~30代の女性や家族旅行を主要ターゲットとした広告宣伝事業を、新聞、雑誌、交通広告、屋外広告等を活用して実施する。
- 訪日リピーター需要の喚起を図るため、機構のWEBサイトにおけるコンテンツの充実を図るとともに、各シーズン向けに実施するメディア広告や香港で唯一最大の旅行見本市「ITE」出展事業(6月)において機構のWEBサイトへの誘引を働きかける。
- 訪日スキー旅行商品の造成を支援するため、有力旅行会社を9月に日本へ招請

し、韓国、香港、シンガポールの3市場合同の商談会を開催する。また、商談後、地方自治体、関係団体等の協力の下、ファムトリップ(地方視察)を実施する。

5. タイ市場

- バンコク在住富裕層、中間層を主要ターゲットとし、学校が長期休暇となる「ソクラン」(3~5月)及び10月の主として家族旅行に向けた新聞、雑誌、BTS交通広告等の広告宣伝事業を実施する。
- 機構のWEBサイトについては、「観光親善大使・TIKさん」を活用した「キャンペーンサイト」新設等コンテンツの充実を図る。
- 各シーズン向けに実施されるメディア広告や「ソクラン」向けに開催される旅行見本市「TTAA」(2月)における観光情報提供と、WEBサイトによる詳細情報の提供とを連動させるため、機構のWEBサイトへの誘引を図る。

6. シンガポール市場

- 20~30代の独身層、30~40代のファミリー層を主要ターゲットとし、学校が休暇となる6月、及び11月後半~12月に向け実施される旅行見本市「NATAS」(8~9月、2~3月)の時期に、旅行見本市出展事業と連動させた広告宣伝事業を実施する。
- 機構のWEBサイトについては、各シーズンに向けた広告宣伝事業と連動させると共に、旅行時期の平準化促進・オフ期対策を目的に、日本の四季をテーマとした特設サイト、フォトコンテストの活用、YÔKOSO! JAPAN WEEKSの情報等、コンテンツの充実を図る。
- 訪日教育旅行を誘致するため、海外教育旅行実施に影響力のあるシンガポール政府教育省の担当官を招請し、モデルルート視察を実施する。また、シンガポールにおいて有力な教育関係者を対象にセミナーを開催し、担当官の訪日体験のフィードバックを含むプログラムで訪日教育旅行の促進を図る。さらに、旅行会社からの「学校訪問」の問い合わせに対し、日本国内の訪日教育旅行促進のための地域協議会、関係団体、学校等を紹介する「マッチングサービス」を実施する。
- 訪日スキー旅行商品の造成を支援するため、有力旅行会社を9月に日本へ招請し、韓国、香港、シンガポールの3市場合同の商談会を開催する。また、商談後、地方自治体、関係団体等の協力の下、ファムトリップ(地方視察)を実施する。

7. オーストラリア市場

- 好調な訪日スキー需要の一層の拡大を図るため、スキー旅行見本市への継続出展や、有力メディアの招請事業等により、既に誘客が定着している北海道、長野に加えて、新規デスティネーションとして東北などの地域の広告宣伝に注力する。
- 富裕・中流層向け日本の体験型観光(アウトドア体験、文化体験、夏の北海道等)を軸に、日本の食文化に対する関心が高まっている事を踏まえ、「食」もテーマに加え、有力な旅行見本市への出展や有力メディア招請事業を実施する。
- 新聞、雑誌、テレビ等に対して「日本旅行特集企画」を提案するなど、一般の日系企業を含む地元の民間事業者の共同広告等による連携を促進し、「日本観光情報」のメディアにおける露出の増大を図る。
- 訪日教育旅行を誘致するため、現地の教育関係者及び訪日教育旅行取扱旅行会社を対象に「教育旅行セミナー」を実施し、日本への教育旅行の魅力を生徒の父兄等に説得出来るための素材を提供する。これにより、現在約1万人程度が教育旅行で日本を訪れているとみられるが、36万人の日本語学習者がいるオーストラリアにおいて、さらなる教育旅行需要の掘り起こしを図る。また、教育関係団体及び旅行会社からの「学校訪問」の問合せに対応し、日本国内の訪日教育旅行促進のための地域協議会、関係団体、学校等を紹介する「マッチングサービス」を実施する。
- 主要都市で開催されるスキー旅行見本市「Snow Travel Expo」(5月、6月)に現地旅行会社、関係自治体・団体等と共同出展して販売促進事業を実施する。

8. 米国市場

- 「高学歴、高収入、45歳以上、大都市圏居住者」を主要ターゲットとし、富裕層、若者層、アジア系米国人里帰り客等をサブターゲットと位置付け、日本の伝統文化とその体験を軸に広告宣伝・広報事業を実施する。
- 富裕層を讀者に持つ旅行雑誌(Virtuoso Life, Travel&Leisure)など、ターゲット層にリーチ可能な雑誌や、個人客(FIT)の利用頻度の高いWEBサイト(Google, Yahoo!等)におけるオンライン広告等を実施し、総合的需要喚起型広告宣伝事業を実施する。なお、閑散期対策として「冬の京都キャンペーン」を昨年度から継続して実施する。
- 「忘れられない体験」等の体験型アクティビティーの紹介、「京都ウインタースペシャル」関連情報の提供等、機構のWEBサイトのコンテンツの充実を図る。
- 訪日スキー旅行商品の造成を支援するため、有力なトラベルマート、業界向けスキー旅行見本市に民間事業者、関係自治体・団体等と共同で出展する。
- JTS(Japan Travel Specialist)育成事業について、Eラーニングを活用して参加者の拡大を図る。JTSの数の増加だけではなく、上級者コース等を設定し事業の高

度化を図る。

9. カナダ市場

- 「高学歴、高収入、45歳以上、大都市圏居住者」を主要ターゲットとし、富裕層、若者層、アジア系米国人里帰り客等をサブターゲットと位置付け、日本の伝統文化とその体験を軸に広告宣伝・広報事業を実施する。
- 最大手リテラーとの共同プロモーション、有力新聞の旅行欄編集長クラスの招請、フランス語圏であるモントリオールで開催される旅行見本市(サロン・インターナショナル・ツーリズム、10月)へ中国・韓国等アジア各国のNTOと共同で出展するなど、年間を通じた需要喚起を目的としながら、最大の海外旅行シーズンである夏と、需要が落ちるオフシーズン(12月～2月)に向け集中的に広告宣伝事業を実施する。
- 機構のWEBサイトについては、昨年「日加観光交流年」事業の一環として立ちあげた特設ページの継続活用、更にコンテンツの充実により、広告宣伝・広報からWEBサイトへの誘引を図る。
- 訪日教育旅行を誘致するため、現地の教育関係者を対象に「教育旅行セミナー」を実施し、日本が教育旅行にとって魅力あるデスティネーションであることを周知してもらうとともに、有力な教育関係者を招請し、日本の魅力を体験してもらいカナダの青少年の日本への関心や理解の促進に努める。さらに、教育関係団体からの「学校訪問」の問合せに対応し、日本国内の訪日教育旅行促進のための地域協議会、関係団体、学校等を紹介する「マッチングサービス」を実施する。
- JTS(Japan Travel Specialist)育成事業について、Eラーニングの導入を検討する。

10. 欧州市場

- 欧州3市場については、共通する主要ターゲット(中高年富裕層や高学歴青年層)に対して共通のコンセプト”Cool Japan - Fusion with Tradition”の下、日本の多様な観光魅力を発信する。
- このため、広告宣伝・広報事業に重点化するとともに、メディアによる広告・広報から機構のWEBサイトへの誘引を強化する。
- 一般消費者向け旅行見本市出展として世界的規模で開催されるものの中から、英国(「Destination London」、2月)、ドイツ(①「CMT2009」、1月、②「ITBベルリン2009」、3月)及びフランス(「MAP2009」、3月)に集中し、事業の高度化を図る。

(1) 英国市場

- 機構のWEBサイトにおいて「Cool Japan」専用ページの設定等コンテンツの充実を図る。
- 機構のWEBサイトへの誘引を目的に、メディア招請・広報事業、有力雑誌への広告、日本食レストランチェーンとのタイアップキャンペーンの実施、及びワークショップの開催などと機構のWEBサイトとの連動を図る。
- 英国における最大のウィンタースポーツ専門見本市「METRO SKI&SNOWBOARD SHOW2008」(10月)へ出展するとともに、訪日スキー需要拡大を目的としたメディア招請・広報事業、YÔKOSO! JAPAN WEEKSの情報等、冬季の日本観光情報を充実させた「Winter Japan」専用ページを機構のWEBサイトに設定して、閑散期(オフ期)対策キャンペーンを実施する。
- 訪日教育旅行を誘致するため、現地の訪日教育旅行取扱旅行会社を対象に訪日招請し、有力教育旅行デスティネーションとしての日本が提供し得る多岐に亘る学習・体験メニューをPRし、訪日教育旅行の促進を支援する。さらに、海外の教育関係団体からの「学校訪問」の問合せに対応し、日本国内の訪日教育旅行促進のための地域協議会、関係団体、学校等を紹介する「マッチングサービス」を継続実施する。
- JTS (Japan Travel Specialist) 育成事業について、Eラーニングを活用して参加者の拡大を図る。

(2) フランス市場

- 今年は「日仏観光交流年/友好150周年」である事から、仏政府観光局とタイアップし、宮島とモンサンミッシェルを対にした共通デザインを積極的に活用した「バスラッピング」広告や有力雑誌への広告などを行う。
- 合わせて、TVクルーの招請、メディア広報、ポップカルチャーや伝統文化の熱烈的なファンが集う欧州最大級の「Japan Expo2008」(7月)出展、在仏日本国大使館主催の交流年事業などを活用し、日本観光情報のメディア露出増大を図る。
- 日本におけるデスティネーションの多様化を目的として、仏語ガイドブック「ミシュラン緑本日本版」創刊事業を支援する。特に、金沢、高野山・熊野古道、直島(香川)、宮島をメディア招請・広報事業とも連動させ重点的にアピールする。また、地方と連携して「秋の高山」・「冬の京都」キャンペーンを実施する。
- 機構のWEBサイトに「交流年キャンペーン」特設ページを設ける。

(3)ドイツ市場

- 有力雑誌や業界誌における「日本特集版(サプリメント)」を作成し、読者のみならず、増刷して広く一般消費者や、旅行見本市での配布等、2次・3次利用を図る。
- 有力メディアの招請事業により最新かつ多彩な情報を満載した日本紹介記事掲載を支援する。
- 「日本特集版(サプリメント)」や日本記事紹介等を活用して、機構のWEBサイトのコンテンツの充実を図る。
- JTS(Japan Travel Specialist)育成事業について、Eラーニングを活用して参加者の拡大を図る。

11. 台湾市場

機構はビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部事務局として、台湾に海外事務所を有する日本観光協会と密接な連携の下、国に対して協力を行う。主な予定は次の通り。

- 20～30代女性層をターゲットとして、週末利用の都市観光等を訴求する広告掲載事業を行う。
- 台湾最大の旅行博「台北国際旅行博」、潜在的訪日旅行需要が見込まれる台湾南部で開催される「高雄旅行博」に出展する。
- 訪日教育旅行誘致を目的とした有力教育関係者招請事業、台湾主要都市における訪日教育旅行セミナーを実施する。

(別添2)平成20年度事業計画(国際会議等の誘致・開催支援業務)

「国際会議の開催・誘致推進による国際交流拡大プログラム」に基づき、誘致活動や開催・受入に関する支援を行う。主として行う事業は以下のとおり。

1. プロモーションの強化

(1) 海外での旅行見本市出展及びセミナー開催

「IMEX」(フランクフルト)、「IT&CMA」(バンコク)等の海外の旅行見本市に出展する。また、中国、韓国において、商談会を中心とするインセンティブセミナー等を開催し、商談会等を実施する。

(2) 国際会議及びインセンティブ旅行の誘致のためのキーパーソン招請事業

国際会議の開催地決定やインセンティブ旅行の訪問地決定に大きな役割を果たすキーパーソン招請事業を、地方自治体等と連携して実施する。

(3) 国際ミーティング・エキスポの開催

国内唯一のコンベンション見本市・商談会である「国際ミーティング・エキスポ」(IME)を国土交通省、JCCB(日本コンgresコンベンションビューロー)と共催する。

2. ソフトインフラの整備

(1) 各種データベースの充実

国際会議誘致に係わるマーケティング活動の基礎となる調査・データ収集の充実を図るため、国際会議データベースの整備・充実及びコンベンション統計データベースの作成を行う。

(2) 国際会議開催情報の提供及び情報発信

国内外のコンベンション開催状況についてとりまとめた「コンベンション統計」、日本で開催が決定している国際会議情報等を機構のWEBサイト上に登載し、積極的な情報発信を行う。

(3) 研修会等の開催

国際会議の誘致や開催に当たる人材の育成を支援するため、地方自治体等の担当者を対象とした階層別の研修会等を開催する。

(4) 各種マニュアルの提供

国際会議の誘致・開催準備及び運営について分かりやすく解説した「国際会議マニュアル」及び「国際会議誘致マニュアル」を会議主催者等に提供する。

参考資料26 運営費交付金の算定ルール

[運営費交付金の算定方法]

$$\text{運営費交付金} = \text{人件費 (A)} + \text{一般管理費 (B)} + \text{業務経費 (C)} - \text{自己収入 (Y1)} \\ - \text{運営費交付金対象外事業収益 (Y2)}$$

[運営費交付金の算定ルール]

1. 人件費 (A) = 当年度人件費相当額 + 前年度給与改定分等
 - (1) 当年度人件費相当額 = 前年度基準給与総額 × 人件費調整係数 s
+ 退職手当等所要額
 - (i) 前年度基準給与総額 × 人件費調整係数 s
 - (ii) 退職手当等所要額
退職手当：当年度に退職が想定される人員ごとに積算
 - (2) 前年度給与改定分等
昇給原資額、給与改定額、退職手当等当初見込み得なかった人件費の不足額
なお、昇給原資額及び給与改定額は運営状況を勘案して措置することとする。
運営状況等によっては、措置を行わないことも排除されない。
2. 一般管理費 (B)
前年度一般管理費相当額(所要額計上経費及び特殊要因を除く) × 一般管理費の効率化係数 α × 消費者物価指数 δ + 当年度の所要額計上経費 ± 特殊要因
3. 業務経費
前年度業務経費相当額(所要額計上経費及び特殊要因を除く) × 業務経費の効率化係数 β × 消費者物価指数 δ × 政策係数 γ + 当年度の所要額計上経費 ± 特殊要因
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
 - ・ 20年度は、過去実績等を勘案し見込額を計上。
 - ・ 21年度以降 = 前年度自己収入 × 収入政策係数 y_1
5. 運営費交付金対象外事業収益 (Y2) = 運営費交付金を財源として実施しない事務・事業から生じるであろう自己収入 - 当該収入に係る支出
 - ・ 20年度は、過去実績等を勘案し見込額を計上。
 - ・ 21年度以降 = 前年度当該自己収入 × 収入政策係数 y_2
- 前年度当該自己収入に係る支出

注：本収益がマイナスの場合には0とする。

人件費調整係数 s	: 毎年度の予算編成過程において決定
一般管理費の効率化係数 α	: 毎年度の予算編成過程において決定
業務経費の効率化係数 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 r	: 毎年度の予算編成過程において決定
自己収入政策係数 y_1	: 毎年度の予算編成過程において決定
" y_2	: 毎年度の予算編成過程において決定
所要額計上経費: 公租公課、事務所借料の所要額計上を必要とする経費	
特殊要因: 新規・拡充事業費など特殊な要因により必要となる経費について、	
毎年度の予算編成過程において決定	

[中期計画予算の見積りに際し使用した具体的係数及びその設定根拠等]

【注記】 前提条件

- ・ 人件費調整係数 s : 中期計画期間中は対前年度 0.99 として推計
- ・ 一般管理費の効率化係数 α : 平成 20 年度は対前年度 0.92、平成 21 年度以降は対前年度 0.98 として推計
- ・ 業務経費の効率化係数 β : 平成 20 年度は対前年度 0.93、平成 21 年度以降は対前年度 0.995 として推計
- ・ 消費者物価指数 δ : 中期計画期間中は 1.00 として推計
- ・ 政策係数 r : 中期計画期間中は 1.00 として推計
- ・ 自己収入政策係数 y_1 : 中期計画期間中は 1.00 として推計
- ・ " y_2 : 中期計画期間中は 1.00 として推計
(但し、観光情報提供事業収入は 20 年度収入見込額に対し、21 年度以降、対前年度 2,000 千円増として推計)

・アドバイザー・コミッティ

機構の第一期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13名で構成。年1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。

・国際会議協会(ICCA)

国際会議協会(本部:アムステルダム)は1964年設立の団体。現在約60ヶ国、450団体の会員を擁する。会員は会議場、ビューロー、PCO、ホテル、旅行会社、航空会社、関連サービスの7業種に分類され、総会などを通じて相互の情報交換、産業発展のための諸活動を行っている。

・国際団体連合(UIA)

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

・コンベンション

相当数の人が参加する会議、シンポジウム、フォーラム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業者のこと。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。機構が通訳案内士試験の実施を代行している。

・特別顧問会議

機構の第一期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、機構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15名で構成され年1回開催。

・独立行政法人通則法第44条第3項

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

・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。