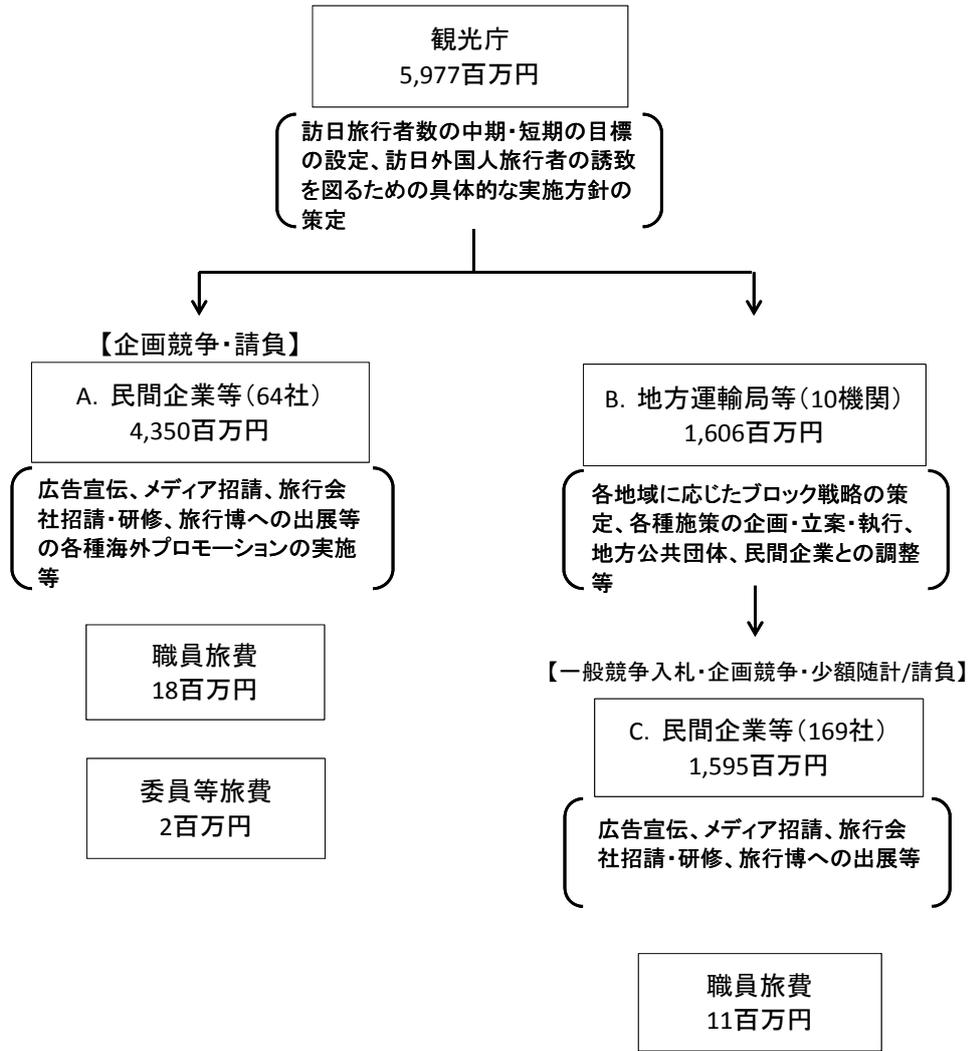


平成24年行政事業レビューシート (国土交通省)

<b>事業名</b>	訪日旅行促進事業 (ビジット・ジャパン事業)		担当部局庁	観光庁	作成責任者		
<b>事業開始・終了(予定)年度</b>	平成15年度		担当課室	国際交流推進課	課長 亀山 秀一		
<b>会計区分</b>	一般会計		施策名	21 観光立国の推進			
<b>根拠法令 (具体的な条項も記載)</b>	観光立国推進基本法第17条		関係する計画、通知等	観光立国推進基本計画 新成長戦略(基本方針)			
<b>事業の目的 (目指す姿を簡潔に。3行程度以内)</b>	「訪日外国人旅行者数を将来的に3,000万人、その第1期として2013年までに1,500万人」との目標達成を目指して、5大市場(韓国・中国・台湾・米国・香港)を中心として、KPI測定結果の活用などPDCAサイクルを通じ、効率的かつ効果的な海外プロモーションを展開する。						
<b>事業概要 (5行程度以内。別添可)</b>	5大市場(韓国・中国・台湾・米国・香港)の他、タイ、シンガポール、カナダ、英国、ドイツ、フランス、オーストラリア、インド、ロシア、マレーシアを加えた全15市場において、各市場特性を踏まえつつ、日本への旅行意欲をかき立てるため、①現地での紙媒体・ネット等による広告宣伝、②現地メディア招請を通じた海外記事造成等による訪日旅行の魅力発信を行うとともに、③現地旅行会社向け商品企画担当者・販売担当者招請・研修、④現地旅行博等への出展等を実施して海外旅行会社による訪日旅行商品造成等を促進する。 ※東日本大震災によって大きく落ち込んだ訪日需要の一刻も早い回復のため、当初事業の組み替えを行い、風評被害の払拭を狙った緊急対策事業(正確な情報発信、旅行会社・メディア招請等)を実施した。						
<b>実施方法</b>	<input checked="" type="checkbox"/> 直接実施 <input type="checkbox"/> 委託・請負 <input type="checkbox"/> 補助 <input type="checkbox"/> 負担 <input type="checkbox"/> 交付 <input type="checkbox"/> 貸付 <input type="checkbox"/> その他						
<b>予算額・執行額 (単位:百万円)</b>	予算の状況	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度要求	
		当初予算	2917	8,648	6,055	4,927	
		補正予算	1874	0	0		
		繰越し等	0	54	24	0	
	計	4791	8,702	6,079	4,927		
	執行額	4585	7,824	5,977			
執行率 (%)	95.7%	89.9%	98.3%				
<b>成果目標及び成果実績 (アウトカム)</b>	成果指標		単位	21年度	22年度	23年度	目標値 (28年度)
	訪日外国人旅行者数	成果実績	万人	679	861	622	1,800
		達成度	%	37.7%	47.8%	34.6%	
<b>活動指標及び活動実績 (アウトプット)</b>	活動指標		単位	21年度	22年度	23年度	24年度活動見込
	プロモーション対象国数	活動実績 (当初見込み)		12	15	15	—
				( )	( )	( )	( )
<b>単位当たりコスト</b>	960.9(円/人)		算出根拠	23年度執行額を23年(暦年)訪日外客数で除することにより算出。			
平成24・25年度予算内訳	費目	24年度当初予算	25年度要求	主な増減理由			
	諸謝金	345					
	職員旅費	23,479					
	委員等旅費	2,530					
	観光振興調査費	269,596					
	外国人旅行者訪日促進対策庁費	4,620,087					
	職員旅費	11,404					
	計	4,927,441					

事業所管部局による点検			
	評価	項目	評価に関する説明
目的・予算の状況	○	広く国民のニーズがあり、優先度が高い事業であるか。	地方自治体や、民間等が単独でプロモーションを実施するよりも、あらゆる関係者・機会を総動員し、オールジャパン体制でのプロモーションを実施し、日本国全体の統一感のある海外への発信が求められている。
	○	国が実施すべき事業であるか。地方自治体、民間等に委ねるべき事業となっていないか。	
	○	不用率が大きい場合は、その理由を把握しているか。	
資金の流れ、費目・用途	○	支出先の選定は妥当か。競争性が確保されているか。	プロモーション計画の策定及び支出内容の決定にあたっては、観光庁のみならず、海外現地に事務所を持ち、支出単価や各手法の効果について知見のあるJNTOによる助言を踏まえて決定している。事業者の選定は、一般競争入札又は企画競争入札によって行っており、最も費用対効果の高い支出先が選定されている。
	○	単位あたりコストの削減に努めているか。その水準は妥当か。	
	○	受益者との負担関係は妥当であるか。	
	△	資金の流れの中間段階での支出は合理的なものとなっているか。	
活動実績、成果実績	○	他の手段と比較して実効性の高い手段となっているか。	事業仕分け等の指摘を踏まえて、各事業における客観的な業績指標(KPI)による効果測定を実施し、測定結果を事業計画に反映している。
	△	適切な成果目標を立て、その達成度は着実に向上しているか。	
	○	活動実績は見込みに見合ったものであるか。	
	—	類似の事業があるか。その場合、他部局・他府省等と適切な役割分担となっているか。 ※類似事業名とその所管部局・府省名	
	—	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	
点検結果	平成22年度の事業仕分けや行政事業レビューでのご指摘を踏まえ、業績指標(KPI)を設定し、平成23年度及び平成24年度の事業については当該KPIの測定結果及びマーケティングリサーチ等を踏まえて執行を行っているところ。 なお、東日本大震災後の平成23年度においては、震災後の訪日旅行についての各市場の受け止め方を調査・分析し、これも踏まえた緊急対策事業(正確な情報発信、旅行会社・メディア招請等)を実施した。		
予算監視・効率化チームの所見			
上記の予算監視・効率化チームの所見を踏まえた改善点(概算要求における反映状況等)			
補記(過去に事業仕分け・提言型政策仕分け・公開プロセス等の対象となっている場合はその結果も記載)			
<p>(平成22年6月行政事業レビュー公開プロセス)</p> <p>○抜本的な改善 これまでの事業の効果検証を徹底するとともに、予算の用途やJNTOとの役割分担を早急に見直すべき。</p> <p>(平成22年11月行政刷新会議「事業仕分け」)</p> <p>○WGの評価結果 予算要求を縮減(1/3)し、内容を見直す ○とりまとめコメント 訪日旅行促進事業については、本体部分と特別枠部分に分かれているが、まず本体の部分についての評価者12人の内訳は、予算要求見送りが1名、縮減が10名。その10名の内訳は半額が4名、1/3縮減が3名、2割縮減が2名、1割縮減が1名。予算要求通りが1名だが、その方も抜本的な改善をするという前提であった。評価者から多かったコメントは、効果測定が十分に行われていないのではないか、広告宣伝のあり方を徹底的に見直すべきではないか、施策の重点化をすべきではないかといったものであった。</p>			
関連する過去のレビューシートの事業番号			
平成22年行政事業レビュー	0478	平成23年行政事業レビュー	0452

※平成23年度実績を記入



資金の流れ  
(資金の受け取り先が何を行っているかについて補足する) (単位: 百万円)

A.(株)博報堂			E.		
費目	使 途	金 額 (百万円)	費目	使 途	金 額 (百万円)
事業費	平成23年度中国における訪日旅行促進のための 広告宣伝・旅行会社等対策事業	800			
事業費	平成23年度韓国における訪日旅行促進のための 広告宣伝事業	416			
事業費	平成23年度香港における訪日旅行促進のための 広告宣伝・旅行会社等対策事業	150			
計		1,366	計		0
B.近畿運輸局			F.		
費目	使 途	金 額 (百万円)	費目	使 途	金 額 (百万円)
	ビジットジャパン地方連携事業の発注	197			
計		197	計		0
C.(株)JTB東北			G.		
費目	使 途	金 額 (百万円)	費目	使 途	金 額 (百万円)
事業費	VISIT JAPAN 東北復興祈念201 1事業業務請負料	29			
事業費	中国メディア・エージェント招請事業 業務請負料	6			
事業費	香港・広州旅行エージェント・メディア 招請事業業務請負料	6			
事業費	台湾・旅行エージェント等招請事業 業務請負料	6			
事業費	韓国旅行エージェント招請事業 業務請負料	5			
事業費	豪州・韓国・ロシア旅行エージェント等 招請事業業務請負料	5			
事業費	東北プロモーションin台湾2011事業 業務請負料	3			
事業費	その他	15			
計		75	計		0
D.			H.		
費目	使 途	金 額 (百万円)	費目	使 途	金 額 (百万円)
計		0	計		0

費目・使途  
 (「資金の流れ」  
 においてブロック  
 ごとに最大の  
 金額が支出され  
 ている者につい  
 て記載する。費  
 目と使途の双方  
 で実情が分かる  
 ように記載)

支出先上位10者リスト

A.

	支出先	業務概要	支出額 (百万円)	入札者数	落札率
1	(株)博報堂	平成23年度中国における訪日旅行促進のための広告宣伝・旅行会社等対策事業 等	1,366	随意契約 (企画競争)	
2	(株)電通	平成23年度台湾における訪日旅行促進のための広告宣伝・旅行会社等対策事業 等	995	随意契約 (企画競争)	
3	(株)JTBコミュニケーションズ	中国・韓国・台湾・香港における旅行博等出展事業 等	420	随意契約 (企画競争)	
4	(株)ジェイアール東日本企画	平成23年度 Visit Japan 通年キャンペーン事業 等	230	随意契約 (企画競争)	
5	(株)アサツーディ・ケイ	平成24年度タイ・シンガポール・マレーシア市場における訪日旅行促進事業 等	224	随意契約 (企画競争)	
6	電通ヤング・アンド・ルビカム(株)	平成23年度観光立国ナビゲーターを起用した観光PRおよび運営管理業務	155	随意契約 (企画競争)	
7	(株)JTB法人東京	「VISIT JAPAN トラベルマート2011」事業の企画・運営業務 等	150	随意契約 (企画競争)	
8	(株)野村総合研究所	平成23年度訪日観光プロモーションの効果検証事業 等	127	随意契約 (企画競争)	
9	Project M, Inc.	平成23年度米国・カナダにおける訪日旅行促進のための広告宣伝・旅行会社等対策事業	124	随意契約 (企画競争)	
10	(株)コングレ	海外MICE見本市出展事業 等	108	随意契約 (企画競争)	

B.

	支出先	業務概要	支出額 (百万円)	入札者数	落札率
1	東北運輸局	ビジット・ジャパン事業(地方連携事業)の発注	250		
2	近畿運輸局	ビジット・ジャパン事業(地方連携事業)の発注	214		
3	北海道運輸局	ビジット・ジャパン事業(地方連携事業)の発注	179		
4	九州運輸局	ビジット・ジャパン事業(地方連携事業)の発注	171		
5	中国運輸局	ビジット・ジャパン事業(地方連携事業)の発注	161		
6	北陸信越運輸局	ビジット・ジャパン事業(地方連携事業)の発注	157		
7	関東運輸局	ビジット・ジャパン事業(地方連携事業)の発注	150		
8	中部運輸局	ビジット・ジャパン事業(地方連携事業)の発注	148		
9	四国運輸局	ビジット・ジャパン事業(地方連携事業)の発注	121		
10	沖縄総合事務局	ビジット・ジャパン事業(地方連携事業)の発注	43		

C.

	支出先	業務概要	支出額 (百万円)	入札者数	落札率
1	近畿日本ツーリスト(株)	「健康KANSAI(ファミトリップ・大商談会)等	124	随意契約 (企画競争)	
2	(株)日本旅行	「関西観光PR推進事業」等	100	随意契約 (企画競争)	
3	(株)JTBプロモーション	北陸地域へのインバウンド需要回復対策事業 等	88	随意契約 (企画競争)	
4	(株)JTB東北	VISIT JAPAN 東北復興祈念2011事業業務請負料 等	75	随意契約 (企画競争)	
5	(株)JTB九州	九州インバウンド・ビジネス・フォーラム2011招請事業に関する請負業務 等	68	随意契約 (企画競争)	
6	(株)JTBコミュニケーションズ	VJ風評被害対策緊急及び地方連携事業「中国人旅行者需要喚起宣伝事業」等	65	随意契約 (企画競争)	
7	(株)JTB中国四国	2011中国地方国際観光ビジネスフォーラム事業 等	40	随意契約 (企画競争)	
8	(株)JTB法人東京	VJ風評被害対策緊急及び地方連携事業「タイ・シンガポール誘客強化事業」等	37	随意契約 (企画競争)	
9	(株)日本能率協会総合研究所	東北地方(岩手県)における観光振興を目的とした受入環境整備調査事業業務請負料 等	37	随意契約 (企画競争)	
10	(株)JTBコミュニケーションズ北海道	「シンガポール北海道観光プロモーション」メディア招請事業 等	36	随意契約 (企画競争)	