

様式 1-1-1 中期目標管理法 年度評価 評価の概要様式

1. 評価対象に関する事項		
法人名	独立行政法人国際観光振興機構	
評価対象事業年度	年度評価	平成 28 年度 (第 3 期)
	中期目標期間	平成 25～29 年度

2. 評価の実施者に関する事項			
主務大臣	国土交通大臣		
法人所管部局	観光庁	担当課、責任者	国際観光課長 伊地知 英己
評価点検部局	政策統括官	担当課、責任者	政策評価官 斉藤正之佑
主務大臣			
法人所管部局		担当課、責任者	
評価点検部局		担当課、責任者	

3. 評価の実施に関する事項
(実地調査、理事長・監事ヒアリング、有識者からの意見聴取など、評価のために実施した手続等を記載)
平成 28 年 7 月 6 日に「独立行政法人国際観光振興機構外部有識者会議」を開催し、有識者 3 名、法人の理事長、法人の監事より意見聴取を行った。

4. その他評価に関する重要事項
(組織の統廃合、主要な事務事業の改廃などの評価対象法人に関する事項、評価体制の変更に関する事項などを記載)
特になし。

様式 1-1-2 中期目標管理法 年度評価 総合評価様式

1. 全体の評価						
評価 (S、A、B、C、D)	A：法人の活動により、全体として中期計画における所期の目標を上回る成果が得られていると認められる。	(参考) 本中期目標期間における過年度の総合評価の状況				
		x 1年度 平成 25 年度	x 2年度 平成 26 年度	x 3年度 平成 27 年度	x 4年度 平成 28 年度	x 5年度 平成 29 年度
		A	A	A	A	
評価に至った理由	(項目別評価の分布や、下記「2. 法人全体に対する評価」を踏まえ、上記評価に至った理由を記載) 項目別評価ではSが1、Aが7となっており、訪日プロモーション業務や国際会議の誘致・開催支援等全般的に高い実績を上げ、過去最高となった平成28年の訪日客数2,404万人(対前年比約21%増)に大きく貢献したことが認められるためA評価とした。					

2. 法人全体に対する評価	
法人全体の評価	(項目別評価及び下記事項を踏まえた、法人全体の評価を記述。項目別評価のうち、重要な事項について記載) 訪日プロモーション業務や国際会議の誘致・開催支援等で高い実績を挙げており、過去最高となった平成28年の訪日客数2,404万人(対前年比約21%増)の達成に大きく貢献した。また、平成28年度は、海外事務所が主体となって訪日プロモーション事業の着実な実施等効率的な組織運営が行われ、全般的に高い成果を挙げたと評価する。評価については有識者からの意見聴取においても同意を得られている。
全体の評価を行う上で特に考慮すべき事項	(法人全体の信用を失墜させる事象や外部要因など、法人全体の評価に特に大きな影響を与える事項その他法人全体の単位で評価すべき事項、災害対応など、目標、計画になく項目別評価に反映されていない事項などを記載) 特に全体の評価に影響を与える事象はなかった。

3. 項目別評価における主要な課題、改善事項など	
項目別評価で指摘した課題、改善事項	(項目別評価で指摘した課題、改善事項で翌年度以降のフォローアップが必要な事項を記載。中期計画及び現時点の年度計画の変更が必要となる事項があれば必ず記載) 該当なし
その他改善事項	(上記以外で今後の対応の必要性を検討すべき事項、目標策定の妥当性など、個別の目標・計画の達成状況以外で改善が求められる事項があれば記載) 該当なし
主務大臣による改善命令を検討すべき事項	(今後、改善が見られなければ改善命令が必要となる事項があれば記載) 該当なし

4. その他事項	
監事等からの意見	(監事等へのヒアリングを実施した結果、監事等からの意見で特に記載が必要な事項があれば記載) 特になし
その他特記事項	(有識者からの意見があった場合の意見、評価の方法について検討が必要な事項など、上記以外で特に記載が必要な事項があれば記載) 独法評価は、基本的に業務の質・量ともに定常状態にある法人の効率化という観点で制度設計されているものであるが、一方、国際観光振興機構は、業務が質・量ともに大幅に拡大し、大きな実績を挙げている法人であるため、そのような法人に適した評価のあり方も検討すべきではないか。



1. 当事務及び事業に関する基本情報			
1-1-1	訪日プロモーション業務 ①海外事務所を活用した市場動向の収集・調査・分析・提供		
業務に関連する政策・施策	VI 国際競争力、観光交流、広域・地域間連携の確保・強化 20 観光立国を推進する	当該事業実施に係る根拠 (個別法条文など)	国際観光振興機構法 第9条 第1号
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業 レビュー	(政策評価表若しくは事前分析表又は行政事業レビューのレビューシートの番号を記載)

2. 主要な経年データ														
①主要なアウトプット（アウトカム）情報								②主要なインプット情報（財務情報及び人員に関する情報）						
指標等		達成目標	基準値 (前中期目標期間 最終年度値等)	X1年度 H25年度	X2年度 H26年度	X3年度 H27年度	X4年度 H28年度	X5年度 H29年度		X1年度	X2年度	X3年度	X4年度	X5年度
個別 コンサル 件数 件数 ティング	計画値	年間延べ 3,000件以上 実施	—	1,272件	年間延べ 3,000件以上	年間延べ 3,000件以上	年間延べ 3,000件以上	年間延べ 3,000件以上		予算額（千円）				
	実績値	—	—	2,905件	2,863件	3,683件	3,605件			決算額（千円）				
	達成度	—	—	228.4%	95.4%	122.8%	120.2%			経常費用（千円）				
機構 からの 情報 提供 の評価	計画値	4段階評価で 上位2つの 評価を得る 割合が7割 (70%)以上	「役に立つ」と いう回答が平均して7割 (70%)を上 回る	7割以上	7割以上	7割以上	7割以上	7割以上		経常利益（千円）				
	実績値	—	99.7% (5段階評価 の「役に立つ」 の評価の合計)	96.9%	97.3%	98.4%	99.5%			行政サービス実 施コスト（千円）				
	達成度	—	—	138.4%	139.0%	140.5%	142.1%			従事人員数				

注) 予算額、決算額は支出額を記載。人件費については共通経費分を除き各業務に配賦した後の金額を記載

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価

	中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価
					業務実績	自己評価	
	<p>海外現地に常在する職員が長年にわたり構築・拡大を図ってきたネットワークや社会的ステイタスを最大限活用し、変化の激しい市場動向をリアルタイムで把握・分析することにより、調査・研究を始めとするマーケティング業務を充実するとともに、その結果について事業パートナーを始めとする日本のインバウンド関係者と密接に情報共有を行う等、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図り、国内外におけるネットワークを形成・発展させる。また、これを基盤として、観光庁と共同で、市場ごとに海外の市場動向等の情報に基づく効率的・効果的な訪日プロモーション方針を策定・公表し、地方自治体や民間事業者が独自に取り組む事業・活動との連携を図りやすい環境を整えとともに、訪日プロモーション事業の実施主体として、オールジャパン体制で国としての日本の観光魅力を発信し、訪日に結びつける取組を強力に実施する。</p>	<p>海外事務所の海外現地におけるネットワークや社会的ステイタスを最大限に活用して、世界の主要な市場国・地域における一般消費者の旅行動向、ニーズ等のマーケティング情報をリアルタイムで収集し、市場別に分析を行う。また、その結果について、ウェブサイト、ニュースレター、出版物、セミナー、個別コンサルティング等の様々な方法を通じて、事業パートナー等へ提供することにより、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図る。</p> <p><b>数値目標</b></p> <p>事業パートナーに対し、海外事務所員や本部職員による面談方式の個別コンサルティングを年間延べ3,000件以上実施し、インバウンド関係者の育成とインバウンドビジネスの活性化を目指す。</p> <p>事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p>	<p>海外事務所の海外現地におけるネットワークや社会的ステイタスを最大限に活用して、世界の主要な市場国・地域における一般消費者の旅行動向、ニーズ等のマーケティング情報をリアルタイムで収集し、市場別に分析を行う。また、その結果について、ウェブサイト、ニュースレター、出版物、セミナー、個別コンサルティング等の様々な方法を通じて、事業パートナー等へ提供することにより、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図る。平成25年度に整備したパートナー情報のデータベースを活用し、パートナーのニーズを組織的に把握・共有し、事業に反映させる。具体的には、事業パートナーからの要望が高い市場に特化した勉強会の開催や、賛助団体・会員間のビジネス・マッチング機能の強化に取り組む。</p> <p>数値目標</p> <p>事業パートナーに対し、海外事務所員や本部職員による面談方式の個別コンサルティングを年間延べ3,000件以上実施し、インバウンド関係者の育成とインバウンドビジネスの活性化を目指す。</p> <p>事業パートナーに</p>	<p><b>&lt;主な定量的指標&gt;</b></p> <p>事業パートナーに対し、海外事務所員や本部職員による面談方式の個別コンサルティングを年間延べ3,000件以上実施し、インバウンド関係者の育成とインバウンドビジネスの活性化を目指す。</p> <p>事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p> <p><b>&lt;その他の指標&gt;</b></p> <p>なし</p> <p><b>&lt;評価の視点&gt;</b></p> <p>機構の海外事務所ネットワークを最大限に活用して、海外の訪日旅行市場動向の収集・調査・分析を行い、事業パートナー等がインバウンドビジネスの取組を行う上で有用な情報提供を行っているか。</p>	<p><b>&lt;主要な業務実績&gt;</b></p> <p>海外事務所のネットワークを通じて収集・分析した主要市場国・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事業パートナー等へ提供し、以下のような取組等を通じて、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図った。</p> <p><b>【ウェブサイト】</b></p> <p>ウェブサイトを通じて以下の情報発信を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・月別訪日外国人旅行者数等の統計発表（毎月）</li> <li>・市場別動向及び注目トピックス（毎月）</li> <li>・「訪日旅行データハンドブック 2016」の掲載</li> <li>・海外市場別の主要旅行会社リストの掲載</li> </ul> <p><b>&lt;新規&gt;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業パートナーから提供されたニュース掲載（317件）</li> <li>・訪日外国人旅行者の消費動向とニーズに関する調査結果と考察の掲載</li> </ul> <p><b>&lt;新規&gt;</b></p> <p>地域における外国人旅行者による消費拡大に向けた取組の方向性等について情報発信を行った。</p> <p><b>【ニュースレター】</b></p> <p>メールマガジンを通じて海外事務所が収集した市場の最新動向や各種調査報告、各市場における事業への参加案内等の情報を提供した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・メールマガジン「JNTO ニュースフラッシュ」配信（週刊、臨時号含め72回配信）</li> </ul> <p>同メールマガジン内に</p>	<p><b>&lt;評定と根拠&gt;</b></p> <p>評定：S</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・訪日外国人による消費の地方への波及促進を図るため、新規取組としてインバウンドビジネスセミナーを国内10都市で開催する等、地方におけるインバウンドビジネスに関する情報提供の機会を拡大した。</li> <li>・訪日外国人旅行者の消費動向とニーズに関する調査を実施し、上記インバウンドビジネスセミナーでポイントを紹介したほか、調査報告書をウェブサイトに公開した。</li> <li>・事業パートナーのコンサルティング・ニーズを的確に把握し、効率的に対応するため、コンサルティングの要望が多い東南アジア市場等について、市場特化型BtoB情報交換会の回数を拡充して開催した。市場別に海外事務所が収集した最新情報を提供し、海外事務所の職員による個別コンサルティングを実施するなど、より専門的で高度な情報提供を行った。さらに、参加した事業パートナーによる事例発表の機会を設けることで、参加者間のビジネス・マッチングを促進した。</li> <li>・数値目標である個別コンサルティング件数については、国内本部及び各海外事務所において様々な団体・企業から寄せられるインバウンドに関する相談・情報提供に日常的に対応したほか、セミナー・イベントを開催する際には個別相談会を併設する等、組織的に取り組んだ結果、数値目標を上</li> </ul>	<p>評定 <b>A</b></p> <p><b>&lt;評定に至った理由&gt;</b></p> <p>事業パートナーのコンサルティング・ニーズを的確に把握し、効率的に対応するため、市場特化型 BtoB 情報交換会の開催回数の拡大、国内 10 都市におけるインバウンドビジネスセミナーを新たに開催する等インバウンドビジネスに関する情報提供の機会を拡大し、パートナー目線に立った情報提供、コンサルティングを実施した。</p> <p>さらに、海外事務所の職員による個別コンサルティングを行う等より専門的で高度な情報提供をするとともに、インバウンドビジネスを促進するための情報集約・ビジネスマッチングを積極的に実施する等インバウンドビジネスの活性化に寄与し、過去最高を記録した平成 28 年の訪日外国人旅行消費額の拡大に貢献した。</p> <p>上記のような取組の結果、個別コンサルティングの件数は過去最高の年間延べ3,605件に達し、目標の3000件を上回り、達成率は120.2%であった。一方、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の評価が、4段階評価で上位2つを得た割合は99.5%となり、目標である7割以上を大きく上回り（数値目標達成率：142.1%）、事業パートナーの高い評価を得た。</p> <p>以上の通り、数値目標はいずれも120%超となり、かつ、海外事務所を活用した市場動向の収集・調査・分析・提供に積極的に対応し、海外事務所におけるコンサルティング支援の充実を図っていることから、中期計画における所期の目標に対し、上回る成果が得られていると認められる。</p> <p><b>&lt;指摘事項、業務運営上の課題及び改善方策&gt;</b></p> <p>訪日外国人の消費の地方への波及の促進を図るために、地方におけるインバウンドビジネスに関する情報提供の機会の更なる拡大を図る必要がある。</p> <p><b>&lt;その他事項&gt;</b></p> <p>（有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど）</p>

		<p>対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p>		<p>新たに情報発信欄を設け、事業パートナーからの情報41件を掲載した。  &lt;新規&gt;</p> <p><b>【出版物】</b>  国際観光に関する以下の出版物を刊行した。  ・「日本の国際観光統計2015」発行（平成28年9月）  ・「JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック2017（欧米豪9市場編）」発行（平成29年3月）  ・「訪日旅行データハンドブック2016（世界20市場）」発行（平成28年9月）  ・「2015年国際会議統計」発行（平成28年12月）</p> <p><b>【セミナー・イベント】</b>  ・「第16回JNTO インバウンド旅行振興フォーラム」（平成28年9月、東京、参加者739人）及び「第17回JNTO インバウンド旅行振興フォーラム」（平成29年2月、東京、参加者657人）開催  ・市場特化型 BtoB 情報交換会開催（平成28年5月～平成29年3月の間に8回開催）  市場特化型 BtoB 情報交換会では、事業パートナーの東南アジア市場等に対するコンサルティング・ニーズの高まりに因るため、市場ごとに、より専門的で高度な情報提供を行った。また、参加した事業パートナーが当該市場における取組事例を発表する機会を設け、参加者同士のビジネス・マッチングを促進した。  ・インバウンドシンポジウム「観光ビジネス大国へ～実装への課題～」（平成28年9月、東京、参加者498人）及び「インバ</p>	<p>回る3,605件を実施し、数値目標に対し、達成率120.2%となった。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位2つの評価を得た割合は99.5%となり、目標である7割以上を大きく上回り、機構からの情報提供は高い満足度を得ている。</li> <li>・以上のことから、機構の海外事務所ネットワーク等を通じて収集した情報は、様々な機会・手法を通じて国内各地に向けて発信しており、インフォメーション・ハブとしてインバウンドビジネスを促進するための情報集約・マッチング機能のイニシアチブを発揮している等の質的成果をふまえ、自己評価評定はSとする。</li> </ul> <p><b>【課題と対応】</b>  地方支援を一層強化する。</p>	
--	--	---	--	---	--	--

				<p>ウンド 4000 万人時代を目指して」(平成 29 年 2 月、東京、参加者 851 人)開催</p> <p>両シンポジウムでは、外国人有識者による講演、インバウンドに取り組む各地域・企業の事例発表、パネルディスカッション等を行い、インバウンドビジネスの活性化及び参入する国内業種の裾野の拡大に資する情報発信を行った。</p> <p>・「インバウンドビジネスセミナー」(札幌市、仙台市、名古屋市、大阪市、福岡市、新潟市、広島市、那覇市、高松市、さいたま市、延べ参加者 1,592 人) &lt;新規&gt;</p> <p><b>【個別コンサルティング】</b></p> <p>年間を通じて、本部各部及び各海外事務所において事業パートナー等に対する個別コンサルティングを実施したほか、上述のセミナー・イベント開催時に個別相談会を併設し、事業パートナーとの個別コンサルティングを実施した。主な個別コンサルティング実施件数は以下の通り。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・年間を通じた本部及び各海外事務所における個別コンサルティング (2,159 件、うち海外事務所実施 1,604 件)</li> <li>・第 16 回及び第 17 回インバウンド旅行振興フォーラムにおける個別コンサルティング (1,026 件)</li> <li>・市場特化型 BtoB 情報交換会 (130 件)</li> <li>・地方連携ミニ個別相談会 (103 件)</li> <li>・インバウンドビジネスセミナー(地方都市 10 カ所、76 件) 等</li> </ul>	
--	--	--	--	---	--

					<p>&lt;数値目標の達成状況&gt;</p> <p>【個別コンサルティングの件数】</p> <p>・事業パートナーに対し、海外事務所員や本部職員による面談方式の個別コンサルティングを年間延べ 3,605 件実施した（達成率 120.2%）。</p> <p>【事業パートナーの満足度】</p> <p>事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4 段階評価で上位 2 つの評価を得た割合は 99.5%となり、目標である 7 割以上を大きく上回った（達成率 142.1%）。</p>	
--	--	--	--	--	--	--

#### 4. その他参考情報

(※) 平成 27 年 3 月に、今期中期目標及び中期計画（対象：平成 25 年度～29 年度の 5 年間）ならびに平成 26 年度計画の変更があり、数値目標が変更となった。

変更前の中期計画における数値目標、「事業パートナーに対し、海外事務所員や本部職員による面談方式の個別コンサルティングを年間延べ 1,500 件以上実施（以下略）。」に基づき、平成 25 年度の数値目標は、「(同) 年間延べ 1,272 件以上実施（以下略）」であった。

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
1-1-2-1	訪日プロモーション業務 ②訪日外国人旅行者誘致のための業務 ア 多様なメディアを活用した日本の観光魅力の発信		
業務に関連する政策・施策	VI 国際競争力、観光交流、広域・地域間連携の確保・強化 20 観光立国を推進する	当該事業実施に係る根拠 (個別法条文など)	国際観光振興機構法 第9条 第1号
当該項目の重要度、難易度	<b>重要度：高</b> （「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」（平成26年6月17日観光立国推進閣僚会議決定）及び『日本再興戦略』改訂2014（平成26年6月24日閣議決定）、において、政府目標とされている2020年に訪日外国人旅行者数2000万人を目指すにあたって、本法人における日本の観光魅力の発信等の訪日プロモーション事業の効果的・効率的な執行が重要な役割を果たすものであるため）	関連する政策評価・行政事業レビュー	（政策評価表若しくは事前分析表又は行政事業レビューのレビューシートの番号を記載）

2. 主要な経年データ														
①主要なアウトプット（アウトカム）情報								②主要なインプット情報（財務情報及び人員に関する情報）						
指標等		達成目標	基準値 (前中期目標期間 最終年度値等)	平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度		平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度
SNSファン数	計画値	5,000,000人	—	—	—	3,800,000人	4,400,000人	5,000,000人		予算額（千円）				
	実績値	—	—	1,562,806人	3,222,133人	4,440,780人	5,548,389人			決算額（千円）				
	達成度	—	—	—	—	116.9%	126.1%			経常費用（千円）				
ウェブсайトアクセス数	計画値	4.50億pv	—	—	—	3.35億pv	3.93億pv	4.50億pv		経常利益（千円）				
	実績値	—	1.43億pv	2.46億pv	3.01億pv	3.51億pv	5.83億pv			行政サービス実施コスト（千円）				
	達成度	—	—	—	—	104.6%	148.5%			従事人員数				
参考…ウェブсайトアクセス数（SNS含）	計画値	6.0億pv (※)中期計画 変更前	1億pv (※)	3.42億pv (※)	4.6億pv (※)	—	—	6.0億pv (※)						
	実績値	—	3.27億pv	4.61億pv	10.55億pv	—	—							
	達成度	—	327.0%	134.8%	229.3%	—	—							

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価						
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価
				業務実績	自己評価	
海外現地に常在する職員が長年にわたり構築・拡大を図ってきたネットワークや社会的ステイタス等海外事務所の機能を最大限活用し、変化の激しい市場動向をリアルタイムで把握・分析することにより、調査・研究を始めとするマーケティング業務を充実するとともに、その結果について事業パートナーを始めとする日本のインバウンド関係者と密接に情報共有を行う等、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図り、国内外におけるネットワークを形成・発展させる。また、これを基盤として、観光庁と共同で、市場ごとに海外の市場動向等の情報に基づく効率的・効果的な訪日プロモーション方針を策定・公表し、地方自治体や民間事業者が独自に取り組む事業・活動との連携を図りやすい環境を整えるとともに、訪日プロモーション事業の実施主体として、オールジャパン体制で国としての日本の観光魅力を発信し、訪日に結びつける取組を強力に実施する。	海外事務所の機能を最大限に活用し、海外の市場動向、競合国の活動事例や日本における成功事例等の情報を積極的・機動的に収集・分析することにより、マーケティングの高度化を図るとともに、その結果に基づき、観光庁と共同で効率的・効果的な訪日プロモーション方針を策定・公表し、日本の観光魅力の発信や訪日旅行商品の造成・販売支援等を推進する。また、訪日プロモーション事業の実施主体として、国内外におけるネットワークを形成・発展させ、関係者との連携を図ることによりオールジャパン体制を確立し、同事業を機動的・効果的に推進する。	海外事務所の機能を最大限に活用し、海外の市場動向、競合国の活動事例や日本における成功事例等の情報を積極的・機動的に収集・分析することにより、マーケティングの高度化を図るとともに、その結果に基づき、観光庁と共同で効率的・効果的な訪日プロモーション方針を策定・公表し、日本の観光魅力の発信や訪日旅行商品の造成・販売支援等を推進する。また、訪日プロモーション事業の実施主体として、国内外におけるネットワークを形成・発展させ、関係者との連携を図ることによりオールジャパン体制を確立し、同事業を機動的・効果的に推進する。 また、2020年東京オリンピック・パラリンピック東京大会に向けた戦略目標及び行動計画に基づき、関係者と連携しながら、その実現に向けた取組を行う。		<p>&lt;主要な業務実績&gt;</p> <p>【海外の市場動向の収集・分析とマーケティングの高度化】</p> <p>以下の取組等により、マーケティングの高度化を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・全海外事務所による市場動向把握・分析（毎月）</li> <li>・マーケティング戦略実務者会合（観光庁及び機構）への報告、協議（毎月）</li> <li>・マーケティング戦略本部（観光庁設置）への参画（年4回）</li> </ul> <p>マーケティング戦略本部における外部のマーケティング専門家の知見を取り入れ、科学的・合理的な分析手法等を導入することにより、訪日プロモーション事業の高度化を図った。</p> <p>【市場別訪日プロモーション方針に基づく事業実施】</p> <p>上記マーケティング戦略本部で決定した平成28年度訪日プロモーション方針に基づき、事業を実施した。訪日プロモーション方針は、重点20市場別に策定し、ウェブサイト公表した。</p> <p>ビジット・ジャパン事業実施本部（平成27年4月、機構内に設置）において訪日プロモーション事業全体の計画から実施の進捗状況、成果の分析を管理し、訪日プロモーション事業のPDCA確立を図った。</p> <p>【国内外における関係者との連携とオールジャパン体制の確立】</p>		<p>評定 <b>A</b></p> <p>(P11より記載)</p>

				<p>訪日プロモーション事業の実施主体として、海外現地の在外公館をはじめとする関係省庁・政府関係法人、地方公共団体、経済界等との国内外ネットワークの形成・発展に努め、関係者との連携を図ることにより、オールジャパン体制を構築し、訪日プロモーション事業を効果的・効率的に推進した。</p> <p>【2020年オリンピック・パラリンピック東京大会に向けた取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・リオデジャネイロオリンピック・パラリンピック期間中における VJ ブース出展（平成 28 年 8 月、9 月）</li> <li>・海外メディア向けオンラインライブラリーの開設（平成 28 年 8 月）</li> <li>・メダリストと連携した訪日プロモーション映像の作成と放映（平成 28 年 8 月～9 月）</li> </ul>		
	<p><u>ア 多様なメディアを活用した日本の観光魅力の発信</u></p> <p>各市場のターゲット・セグメントに対する日本の観光魅力の発信に当たっては、様々な媒体（ウェブサイト、テレビ、新聞・雑誌等）を効果的に組み合わせることで相乗効果を上げるよう努力する。</p> <p>特に、ウェブサイトはプロモーションだけでなく、重要なマーケティング手段としても位置づけ、媒体トレンドの変化や ICT の技術革新を踏まえながら各種</p>	<p><u>ア 多様なメディアを活用した日本の観光魅力の発信</u></p> <p>各市場のターゲット・セグメントに対する日本の観光魅力の発信に当たっては、様々な媒体（ウェブサイト、テレビ、新聞・雑誌等）を効果的に組み合わせることで相乗効果を上げるよう努力する。</p> <p>特に、ウェブサイトはプロモーションだけでなく、重要なマーケティング手段としても位置づけ、媒体トレンドの変化や ICT の技術革新を踏まえながら各種</p>	<p><b>&lt;主な定量的指標&gt;</b>  機構のソーシャルネットワークページのファン数を 380 万人にするとともに、それ以外の機構のウェブサイトのアクセス数を年間 3 億 3 5 0 0 万ページビューにする。</p> <p><b>&lt;その他の指標&gt;</b>  なし</p> <p><b>&lt;評価の視点&gt;</b>  多様なメディアを活用し、海外の主要訪日旅行市場に対して日本の観光魅力を効</p>	<p><u>ア 多様なメディアを活用した日本の観光魅力の発信</u></p> <p><b>&lt;主要な業務実績&gt;</b>  【様々な媒体の効果的な組み合わせによる相乗効果の発揮】  テレビ CM、ウェブ、SNS、動画専用サイト等を組み合わせるメディア・ミックスを活用し、情報発信の相乗効果が得られるよう事業を構成した。</p> <p>（事業例）  熊本地震（平成 28 年 4 月）による九州への訪日旅行者数の落ち込みを回復させるため、タイの人気テレビ番組「マジデジヤパン」を 9 月に熊本・大分へ招請した。この結果、九州の温泉、グルメ、</p>	<p><b>&lt;評定と根拠&gt;</b>  評定：S</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日本の観光魅力を発信するにあたり、世界で主流なコミュニケーション手段となっている SNS を積極的に活用し、新たにマレーシア、フィリピン、ブラジル市場向け Facebook ページを開設するなど、21 の Facebook ページ及び中国の微博等の SNS ページから、各市場の特性にあわせた日本の良質な観光情報をタイムリーに発信した。</li> <li>・SNS のファン数は、前年の 444 万人から 111 万人増え、555 万人となり、数値目標の 440 万人を上回った。（数値目標達成率 126.1%）</li> <li>・機構が運営する各市場向</li> </ul>	<p><b>&lt;評定に至った理由&gt;</b>  平成 28 年度は、SNS を通じた情報提供を強化するため、新たにマレーシア、フィリピン、ブラジル各市場向け Facebook ページの開設等を行った結果、ファン数は前年の 444 万人から 100 万人以上増加し、計 555 万人（目標達成率：126.1%増）に達した。</p> <p>また、ウェブによる情報発信については、14 言語 21 市場向けに、それぞれの言語できめ細かな情報更新を行うとともに、メディアやポータルサイト等の他社のウェブサイトを活用した広告事業等との連動した発信や新規コンテンツ整備、マルチデバイス化対応など、ICT 技術を活用した各種情報提供に積極的に取り組んだ結果、機構のウェブサイトへのアクセス数は 5 億 8,275 万 PV となり、目標の 3 億 3,500 万 PV（目標達成率：148.5%増）に達した。</p> <p>これらの取組に加え、欧州で初となる大規模キャンペーンを実施し、英国・フランス・ドイツの 3 市場における媒体接触者はテレビ CM が 1.8 億人、屋外広告が 5,638 万人、オンライン表示回数は 4,872 万回、動画再生は 1,089 万回等となり、欧州における訪日旅行の潜在需要の掘り起こしを行った。</p> <p>以上、日本の観光魅力の発信について、新たな市場の開拓等戦略的な事業展開が行われ、大きな成果が得られており、訪日外国人旅行者数 2,404</p>

<p>ソーシャルメディアの活用を図るとともに、一般消費者、旅行会社、メディア等に向けて、良質の情報を効率的に提供する。</p> <p>また、機構のウェブサイトにおいて、訪日外国人旅行者や海外の送客旅行会社等の対象に応じた情報コンテンツの充実や機能の改善を行う。</p> <p>海外メディアを通じた情報発信に当たっては、海外の有力なメディア（在日外国人メディアを含む。）に対し、ウェブサイトやニュースレターによる日本観光情報の提供等を通じて日本特集記事の掲載等を働きかける。</p> <p>訪日取材に際しては、日本のインバウンド関係者のニーズや訪日旅行商品の造成・販売に連動した適切な取材対象の選定・アレンジ、取材経費の一部負担の支援等を行うことにより、訪日促進効果の高い記事の掲載を促すとともに、機構のウェブサイトへの誘引を働きかける。</p> <p><b>数値目標</b></p> <p>中期目標期間中に、機構のソーシャルネットワークページのファン数を500万人にするとともに、それ以外の機構のウェブサイトのアクセ</p>	<p>ソーシャルメディアの活用を図るとともに、一般消費者、旅行会社、メディア等に向けて、良質の情報を効率的に提供する。</p> <p>また、機構のウェブサイトにおいて、訪日外国人旅行者や海外の送客旅行会社等の対象に応じた情報コンテンツの充実や機能の改善を行う。</p> <p>平成28年度は、訪日需要喚起、訪日旅行者支援、地方への訪問促進などに資する記事で構成したウェブマガジンを、動画素材も活用しつつ、引き続き主要4言語（英語、中文簡体、中文繁体、韓国語）で発行するとともに、旅行計画に役立つモデルコースなど、ニーズの高い情報コンテンツの整備を進め、各市場で運用しているソーシャルネットワークサービスとも連携して情報発信力を強化する。また、ウェブコンテンツのマルチデバイス対応を進め、訪日旅行者の情報収集利便性の向上を図る。</p> <p>海外メディアを通じた情報発信に当たっては、海外の有力なメディア（在日外国人メディアを含む。）に対し、ウェブサイトやニュースレターによる日本観光情報の提供等を通して日本特集記事の</p>	<p>果的に発信しているか。ソーシャルネットワークサービス等を効率的に活用し、海外の各市場にそれぞれ適した内容・手法で情報発信が行われているか。</p>	<p>自然景観の魅力を紹介する4話（各45分）が10月、11月にかけてタイの地上デジタル波チャンネルで放映された。さらに同番組のYouTubeチャンネルやFacebook等のオンライン配信も行われた。続けて、12月～1月に、タイにおいて交通広告、テレビ、新聞、オンライン・メディアを通じた九州の魅力を訴求する広告キャンペーンを実施するとともに、現地旅行会社と連携した消費者向け九州旅行キャンペーンを実施した。</p> <p><b>【ウェブサイトの活用】</b></p> <p>14言語、21市場に向けてウェブサイトを通じて情報発信を実施した。</p> <p><b>【各種ソーシャルメディアの活用】</b></p> <p>媒体トレンドの変化やICTの技術革新を踏まえ、市場に応じたタイムリーで良質な情報発信を日替わり等で更新し、各種ソーシャルメディアの活用を図った。</p> <p>・世界的な主流SNSであるFacebookについて、マレーシア、フィリピン、ブラジル市場向けにそれぞれFacebookページを新たに開設し、前年度から運用している18市場とあわせ21市場に向けたFacebookページから情報発信を実施した。Facebookファン数は、前年度末の380万人から479万人と約100万人増加した。</p> <p>・中国市場においては、同国における主流ソーシャルメディアである微博（ファン数57万人）を運営した。</p> <p>・動画や画像メディアに特化したYouTube、</p>	<p>けのウェブサイトについては、14言語21市場向けに、それぞれの言語できめ細かな情報更新を行うとともに、テレビ、新聞、雑誌、メディアやポータルサイト等の他社のウェブサイトを活用した広告事業等との連動を図り、情報発信の相乗効果を発揮した。</p> <p>・訪日旅行者等が関心を持つ多様なテーマを深掘りして特集するマンスリーウェブマガジン（4言語）の発行、モデルコース等の新規コンテンツ整備、マルチデバイス化対応など、ICT技術を活用した各種情報提供に積極的に取り組んだ結果、機構が運営するウェブサイトのアクセス数は、前年度3億5,050万PVから2億3,225億PV増え、年間で5億8,275万PV（前年比66.3%増）となり、目標の3億3,500万PVを上回った。（数値目標達成率148.5%）。</p> <p>・世界的なICTトレンドの進化に適時対応し、ミュージックビデオやコンセプト動画等、動画を活用したプロモーションを強化した結果、動画再生回数が大きく伸長し、ウェブサイトアクセス数の増加に大きく寄与した。</p> <p>・海外メディアを通じた情報発信については、各市場における効果の高い媒体の招請や情報提供による情報発信を通じて日本の魅力を海外に提供することにより、旅行目的地としての日本の認知度向上に貢献するとともに、訪日旅行需要を喚起した。</p> <p>・訪日旅行のリピーターが多い東アジア市場等において、地方への誘客を意識した取組を行い、東北、中部、</p>	<p>万人の達成に大きな貢献をしていることから、中期計画における所期の目標を上回ると認められる。</p> <p>＜指摘事項、業務運営上の課題及び改善方策＞</p> <p>ウェブサイトを主要な情報発信手段かつマーケティングツールと位置付け、世界的なICT技術の進化に適時対応し、効果的・効率的な情報発信等多様なメディアを活用した、海外現地目線による日本各地の良質な情報の発信の強化をさらに推進する必要がある。</p> <p>＜その他事項＞</p> <p>（有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど）</p>
--	---	--	---	---	--

	<p>ス数を年間4.5億ページビューにする。</p>	<p>掲載等を働きかける。</p> <p>訪日取材に際しては、日本のインバウンド関係者のニーズや訪日旅行商品の造成・販売に連動した適切な取材対象の選定・アレンジ、取材経費の一部負担の支援等を行うことにより、訪日促進効果の高い記事掲載を促すとともに、機構のウェブサイトへの誘引を働きかける。</p> <p>特に東北地方への誘客、欧米豪市場からの誘客を増加させるため、オンライン・メディアを中心とした情報発信やキャンペーン等の取組を強化する。</p> <p><b>数値目標</b> 機構のソーシャルネットワークページのファン数を440万人にするとともに、それ以外の機構のウェブサイトのアクセス数を年間3億9,250万ページビューにする。</p>		<p>Pinterest、Instagram等も活用しており、新たに韓国及びタイ市場向けのInstagramを開始した。</p> <p><b>【情報コンテンツの充実と機能改善】</b> ・マンスリーウェブマガジン(英語、中文簡体、中文繁体、韓国語)を毎月発行し、年間96本を掲載した。ウェブマガジンでは、地方への訪問促進に資するため、東北海道、広島・宮島・尾道、長野県スキー、香川(高松・金比羅・小豆島)等の観光地紹介のほか、自動車工場見学、忍者体験等、日本ならではの体験に関する情報発信を行った。</p> <p>・外国人旅行者に人気のある東京、京都、大阪からの日帰りまたは1泊2日の旅行モデルコースを設定し、ウェブサイトを通じて、4言語(英語、中国語簡体字、中国語繁体字、韓国語)で情報発信した。設定したコースの内訳は東京発15コース、京都発10コース、大阪発10コース。</p> <p><b>【英語グローバルサイトのナビゲーション改善】</b> 英語グローバルサイトのトップページを大幅に改善し、利用者の興味関心の視点で分類したメニュー構成に改善した。</p> <p><b>【ウェブコンテンツのマルチデバイス対応】</b> スマートフォンやタブレットを使用するユーザー向けに最適化された情報表示を行うため、宿泊施設検索、飲食店検索、旅行商品検索、イベント検索、天気予報の各サイトにおいてマルチデバイスへの対応を実施した。</p>	<p>中国、四国、九州等の地域の魅力を訴求する取組を拡充した。特に東日本大震災以降、外国人観光客数の回復が遅れている東北については、各市場で取組を強化した。</p> <p>・数値目標であるSNSのファン数の達成状況(126.1%)、及びウェブサイトのアクセス数の達成状況(148.5%)に加え、各種メディアを活用した東北への誘客促進、欧州市場における訪日無関心層に向けたメディアを通じた集中的認知度向上、質の高い事業成果を踏まえ、自己評価評定はSとする。</p> <p><b>【課題と対応】</b> 外国人視点による情報発信の質の向上、及びICTマーケティングの強化を図る。</p> <p>欧州等における訪日無関心層の需要掘り起こしを図るため、メディアを通じた情報発信を強化する。 SNSによる情報発信のさらなる拡充・高度化を図る。</p>	
--	----------------------------	--	--	--	--	--

				<p><b>【海外メディアを通じた情報発信】</b>  海外事務所におけるニュースレター発信、及び有力メディアに対する取材協力等により、年度中に 872 件の訪日促進関連記事・番組の露出が実現し、この広告費換算額は約 119 億円となった。内訳は以下のとおり。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・有力メディアへの訪日取材協力件数 112 件 → 記事掲載・番組放映件数 212 件</li> <li>・ニュースレター発行数: 429 件 → 記事掲載・番組放映件数 660 件</li> </ul> <p><b>【東北地方への誘客促進の取組】</b>  東北地方の認知度向上を目的として、欧米豪、東南アジア、東アジアの 3 地域で現地著名人を活用した情報発信を行った。</p> <p>東南アジア向け情報発信の例: タイ、シンガポール、フィリピン、インドネシア、マレーシア、ベトナムの 6 市場から 1 組ずつ有名アーティストを招請し、各県の観光魅力の詰まったミュージックビデオを撮影し、YouTube 等で公開するとともに、撮影地の情報を各市場のウェブサイトやアーティストの SNS で発信した。映像の接触者数は 11 月～3 月までの間に 776 万人に達した。</p> <p><b>【欧米豪市場からの誘客促進の取組】</b>  英国、フランス、ドイツ等欧州 15 市場を対象に、伝統文化と現代文化の融合をテーマとした統一クリエイティブ(動画・</p>		
--	--	--	--	--	--	--

				<p>静止画) を用い、オンラインを中心に、各国主要局でのテレビCM放映、地下鉄・バス等の屋外、映画、雑誌等、様々な媒体を通じた広告を集中的に展開した。英国、フランス、ドイツの3市場における媒体接触者数は、テレビCMが1.8億人、屋外広告が5,638万人、オンライン表示回数は4,872万回、動画再生回数は1,089万回等となった。3市場において、動画を見て日本に興味をもった割合は、いずれも7割を超え、広告接触者が訪日旅行商品について具体的に調べた割合が1割を超えた。</p> <p><b>&lt;数値目標の達成状況&gt;</b></p> <p><b>【SNSファン数】</b>  機構のソーシャルネットワークページのファン数は、前年度の444万人から111万人増え、555万人(前年比25.0%増)となり、目標の380万人を上回った。(数値目標達成率126.1%)</p> <p><b>【ウェブサイトのアクセス数】</b>  機構のウェブサイトアクセス数は、前年度3億5,050万PVから2億3,225億PV増え、年間で5億8,275万PV(前年比66.3%増)となり、目標の3億3,500万PVを上回った。(数値目標達成率148.5%)</p>	
--	--	--	--	--	--

#### 4. その他参考情報

(※) 平成27年3月に、今期中期目標及び中期計画(対象:平成25年度~29年度の5年間)ならびに平成26年度計画の変更があり、数値目標が変更となった。変更前の中期計画における数値目標は、「中期目標期間中に、機構のウェブサイトのアクセス数を年間6億ページビューにする。」であった



1. 当事務及び事業に関する基本情報			
1-1-2-2	訪日プロモーション業務 ②訪日外国人旅行者誘致のための業務 イ 訪日旅行商品の造成・販売支援		
業務に関連する政策・施策	VI 国際競争力、観光交流、広域・地域間連携の確保・強化 20 観光立国を推進する	当該事業実施に係る根拠 (個別法条文など)	国際観光振興機構法 第9条 第1号
当該項目の重要度、難易度	<b>重要度：高</b> （「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」（平成26年6月17日観光立国推進閣僚会議決定）及び「『日本再興戦略』改訂2014」（平成26年6月24日閣議決定）、において、政府目標とされている2020年に訪日外国人旅行者数2000万人を目指すにあたって、本法人における訪日旅行商品の造成・販売支援等の訪日プロモーション事業の効果的・効率的な執行が重要な役割を果たすものであるため）	関連する政策評価・行政事業レビュー	（政策評価表若しくは事前分析表又は行政事業レビューのレビューシートの番号を記載）

2. 主要な経年データ														
①主要なアウトプット（アウトカム）情報									②主要なインプット情報（財務情報及び人員に関する情報）					
指標等		達成目標	基準値 (前中期目標期間 最終年度値等)	平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度		平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度
訪日旅行商品の販売・ 造成のための商談件数	計画値	年平均 20,000件以上	—	—	—	20,000件 以上	20,000件 以上	20,000件 以上		予算額（千円）				
	実績値	—	—	—	—	27,646件	28,170件			決算額（千円）				
	達成度	—	—	—	—	138.2%	140.9%			経常費用（千円）				
商談参加者の評価	計画値	4段階評価で 上位2つの 評価を得る 割合が7割 (70%)以上	—	—	—	7割以上	7割以上	7割以上		経常利益（千円）				
	実績値	—	—	—	—	95.9%	95.0%			行政サービス実施コスト（千円）				
	達成度	—	—	—	—	137.0%	135.7%			従事人員数				
参考…機構が支援した旅行 商品による訪日旅行者数	計画値	年間90万人 (※)中期計画 変更前	600,000人 (※)	650,000人 (※)	720,000人 (※)	—	—	900,000人 (※)						
	実績値	—	648,723人	916,217人	1,460,267人	—	—	—						
	達成度	—	—	141.0%	202.8%	—	—	—						

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価						
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価
				業務実績	自己評価	
	<p><u>イ 訪日旅行商品の造成・販売支援</u></p> <p>海外の旅行会社の訪日旅行商品造成を支援するため、要望に基づく提案や情報・販促素材等の提供、モデル的な訪日旅行商品の素材提供等による企画コンサルティング、旅行博覧会や展示会等への参加、現地有力旅行会社キーパーソンへの招請、日本における商談会の開催等の支援を行う。一般消費者向けに日本の観光プロモーションをあわせて行う際には、地方自治体、民間事業者等と連携することで、効率的・効果的な事業展開を図るべく努力する。</p> <p>また、現地旅行会社等のスタッフを対象とした研修・セミナーの実施、現地有力旅行会社との共同広告、訪日旅行販売担当のスキルアップを目的とする J T S ( Japan Travel Specialist ) 育成事業等により訪日旅行商品販売支援を行う。</p> <p><b>数値目標</b> 中期目標期間中、機構が提供す</p>	<p>イ 訪日旅行商品の造成・販売支援</p> <p>海外の旅行会社の訪日旅行商品造成を支援するため、旅程等の提案や情報・販促素材等の提供、モデル的な訪日旅行商品の素材提供等による企画コンサルティングや、旅行博覧会や展示会等への参加、有力旅行会社キーパーソンへの招請、日本における商談会の開催等の支援を行う。</p> <p>また、現地旅行会社等のスタッフを対象とした研修・セミナーの実施、現地有力旅行会社との共同広告、訪日旅行販売担当のスキルアップを目的とする</p> <p><b>JTS (Japan Travel Specialist) 育成事業等により訪日旅行商品販売支援を行う。</b></p> <p>数値目標 機構が提供する訪日旅行商品の販売・造成のための商談件数を20,000件以上とする。</p> <p>商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合</p>	<p><b>&lt;主な定量的指標&gt;</b> 機構が提供する訪日旅行商品の販売・造成のための商談件数を20,000件以上とする。</p> <p>商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p> <p><b>&lt;その他の指標&gt;</b> なし</p> <p><b>&lt;評価の視点&gt;</b> 海外において訪日旅行を取り扱う旅行会社等とのネットワークを通じ、訪日旅行商品の造成・販売促進を効果的・効率的に支援しているか。また、海外の旅行会社の多様なニーズに的確に応えられるよう、国内各地の地方公共団体・民間事業者等と連携し、オールジャパン体制で取り組んでいるか。</p>	<p>イ 訪日旅行商品の造成・販売支援</p> <p><b>&lt;主要な業務実績&gt;</b> 海外の旅行会社等の訪日旅行商品造成・販売促進を以下の取組等を通じて強力に支援し、2016年に過去最多となった訪日外国人人数(2,404万人、対前年比21.8%増)の増加に貢献した。事業の実施にあたっては、査証の緩和、航空路線の新規就航等の施策と連動を図るとともに、在外公館、地方自治体、民間事業者等と連携し、オールジャパン体制による効果的・効率的な事業展開を図った。</p> <p><b>【訪日旅行商品造成・販売のための商談会の開催】</b> 訪日旅行商品の造成・販売を支援するため、海外の旅行会社と国内の旅行会社、宿泊施設、運輸施設、その他関連企業等のビジネス・マッチングを図るため、国内外で商談会を主催した。</p> <p>(主な商談会) ・ビジット・ジャパン・トラベル&amp;MICE マート(東京、9月) 商談件数 8,376件 参加者：海外バイヤー357社、海外メディア12社、国内セラー431団体、PRセラー19団体 ・東アジア商談会(仙台、6月) 商談件数 1,376件 参加者：海外バイヤー100社、国内セラー100社</p>	<p><b>&lt;評定と根拠&gt;</b> 評定：S</p> <p>・訪日プロモーション事業の実実施主体として、オールジャパン体制での取組を促進するとともに、海外の旅行会社等の招請、企画コンサルティング、共同キャンペーン等の実施を通じて、訪日外国人旅行者数が初めて2016年に2000万人を突破し、過去最多となる2,404万人(前年比21.8%)の達成に貢献した。</p> <p>・在外公館、地方自治体、民間事業者等と連携し、オールジャパン体制により効果的・効率的な訪日旅行商品の造成・販売支援を実施したことにより、機構が提供する訪日旅行商品の販売・造成のための商談件数は、年間で28,170件となり、目標の20,000件を大きく上回った。(数値目標達成率140.9%)</p> <p>・商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得た割合は95.0%となり、高い満足度が得られた。(数値目標達成率135.7%)</p> <p>・新たな日本の観光魅力を紹介する訪日旅行商品の造成・販売支援を目指し、特に訪日旅行のリピーターが多い東アジア市場等において、東北等を重点デスティネーションとして定め、集中的にプロモーションを実施することにより、戦略的に国内目的地の分散化を促進した。</p>	<p>評定 <b>S</b></p> <p><b>&lt;評定に至った理由&gt;</b> 海外の有力な旅行会社等と日本の地方公共団体・民間事業者等が商談する機会を国内外で多数創出したことにより、商談件数は、目標の20,000件を大きく上回り、28,170件(数値目標達成率：140.9%)となった。また、商談参加者に対する調査では、4段階評価のうち上位2つの評価を得た割合は、目標の7割を大きく上回った95.0%(数値目標達成率：135.7%)と非常に高い満足度が得られた。</p> <p>また、新たな日本の観光魅力を紹介する訪日旅行商品の造成・販売支援を目指し、特に訪日旅行のリピーターが多い東アジア市場等において、東北等を重点デスティネーションとして定め、集中的にプロモーションを実施することにより、戦略的に国内目的地の分散化の取組を実施した。</p> <p>特に、東北については、世界的なオンライン・トラベルエージェントであるExpedia社を通じた東北の予約促進キャンペーンを台湾、米国、オーストラリア等の6市場で実施し、5カ月間で1万507泊の宿泊予約が成立させる等地方への誘客の促進のための取組を積極的に行った。</p> <p>以上、訪日旅行商品の造成・販売支援について、いずれの目標120%超を達成し、かつ、優れた事業展開が行われていることから、中期計画における所期の目標を量的及び質的に上回る顕著な成果が得られていると認められる。</p> <p><b>&lt;指摘事項、業務運営上の課題及び改善方策&gt;</b> (実績に対する課題及び改善方策など)</p> <p>機構が保有する訪日旅行商品の造成・販売支援等のノウハウを最大限に活用し、地方公共団体・民間事業者等のインバウンドビジネスを促進する。海外の旅行会社等との商談機会の提供等を通じて国内関係者と海外の需要のマッチング機能の強化を図る。</p> <p><b>&lt;その他事項&gt;</b> (有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど)</p> <p>・昨年の訪日外国人旅行者数が過去最高の2,404万人を記録したのは、商談件数の大幅な増加等が貢献していると考えられるため、S評価で良いと思う。</p>

	<p>る訪日旅行商品の販売・造成のための商談件数を、年平均20,000件以上とする。</p> <p>商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p>	<p>合が7割以上となることを目指す。</p>		<p>・東南アジア商談会（東京、2月） 商談件数 2,046件 参加者：バイヤー93社、セラー120社</p> <p>【旅行博覧会・展示会等への参加】 世界各地で開催される主要な旅行博覧会・展示会等に、地方公共団体、民間事業者等と共同で出展し、商談機会を提供したほか、機構自らが商談を行った。</p> <p>・富裕層向け商談会（フランス・カンヌ、12月） 日本ブースにおける商談件数 681件 日本の宿泊施設等、観光事業者 17社と共同出展し、日本ブースを形成</p> <p>・クルーズ見本市（米国・マイアミ、3月） 自治体、旅行会社等 20団体で日本ブースを形成</p> <p>・国際航空路線誘致商談会 World Routes（中国・成都、9月）、Routes Asia（沖縄県那宜野湾市 3月） 世界の航空会社等に対し、国際線受け入れ、LCC誘致、新規就航、増便を働きかけ</p> <p>【有力旅行会社キーパーソンの日本への招請】 主要市場の有力旅行会社のツアー造成責任者・担当者等を日本に招請し、国内観光地の視察及び地元関係者等との商談をしてもらうことで、新しい観光魅力を取り入れたツアーの新規開発やツアールート改善を促進した。平成28年度は、84件の招請事業を実施し、延べ811人のキーパーソンを招請した。</p>	<p>・訪日教育旅行受入促進の一元的窓口を開設し、海外と国内の学校交流マッチングを51件成立させ、14カ国・地域から計32校・機関、971人の生徒及び教育関係者等が来日、18都道府県において学校交流が実現した。</p> <p>・海外の有力な旅行会社等と日本の地方公共団体・民間事業者等が商談する機会を国内外で多数創出し、数値目標である商談件数が目標値を大きく上回る達成状況（達成率140.9%）となったこと、また商談会の満足度が95.0%（達成率135.7%）と高い評価を得ており、2つの数値目標がいずれも約4割を超える達成率となった。また、商談会の開催、共同広告の実施等、訪日旅行促進を図る各種取組を海外各市場で実施し、2016年に訪日旅行者数が初めて2,000万人を突破し、過去最多の2,404万人（前年比21.8%増）となったことに大きく貢献した質的な成果を踏まえ、自己評価評定はSとする。</p> <p>【課題と対応】 海外の旅行会社等との商談機会の提供等を通じて国内関係者と海外の需要のマッチング機能を果たし、さらなるインバウンド需要の拡大を図る。</p>	
--	--	-------------------------	--	--	---	--

				<p><b>【旅行会社等との共同広告】</b> 旅行会社等と共同で新聞、雑誌、ウェブサイト等に広告を掲出し、訪日旅行の需要喚起と訪日旅行商品の販売促進を行った。</p> <p><b>【現地旅行会社への人材育成事業】</b> 海外の旅行会社による訪日旅行商品の造成・販売を支援するため、旅行会社等のスタッフを対象とした研修・セミナーを実施した。年度中に、152件のセミナーを実施し、延べ11,472人が参加した。また現地旅行会社のコンサルティング能力の向上と訪日旅行商品の販売促進を目的に、訪日旅行の販売のために必要な知識をウェブサイト上で学習できるEラーニングシステムを各市場で運営し、訪日旅行専門家（JTS, Japan Travel Specialist）の育成を行った。</p> <p>・Eラーニング参加者数（8市場で実施）：新規7,011人、累計40,327人 ・JTS認定者（8市場合計）：新規2,520人、累計21,470人</p> <p><b>【東北への送客拡大に向けた取組】</b> 外国人観光客の回復が遅れている東北地域への送客拡大に向けて、各市場で訪日旅行商品の造成・販売促進に資する事業を実施した。</p> <p>（東北復興を目的とした事業の例） ・世界的なオンライン・トラベルエージェントであるExpedia社と東北の</p>		
--	--	--	--	---	--	--

			<p>予約促進キャンペーンを台湾、米国オーストラリア等の6市場で実施し、5カ月間で1万507泊の宿泊が予約された。</p> <p><b>【訪日教育旅行促進】</b>  海外の訪日教育旅行に関するニーズ紹介や国内と海外の学校交流マッチング等を実施する訪日教育旅行受入促進の一元的窓口を平成28年4月、機構内に開設し、年度中に海外と国内の学校交流マッチングを54件成立させ、14カ国・地域から計32校・機関、971人の生徒及び教育関係者等が来日、18都道府県において学校交流が実現した。</p> <p>&lt;数値目標の達成状況&gt;  <b>【商談件数】</b>  機構が提供する訪日旅行商品の販売・造成のための商談件数は、年間で28,170件となり、目標の20,000件を大きく上回った。(数値目標達成率140.9%)  機構が主催したビジット・ジャパン・トラベルマート(東京)は過去最大規模となり、8,376件の商談が行われた。</p> <p><b>【商談参加者評価】</b>  商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得た割合は95.0%となり、高い満足度が得られた。(数値目標達成率135.7%)</p>	
--	--	--	---	--

(※) 平成 27 年 3 月に、今期中期目標及び中期計画（対象：平成 25 年度～29 年度の 5 年間）ならびに平成 26 年度計画の変更があり、数値目標が変更となった。  
変更前の中期計画における数値目標は、「中期目標期間中に、機構が造成・販売支援を行った旅行商品により訪日した外国人旅行者の数を年間 90 万人とする。」であった。

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
1-2-1	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		
業務に関連する政策・施策	VI 国際競争力、観光交流、広域・地域間連携の確保・強化 20 観光立国を推進する	当該事業実施に係る根拠 (個別法条文など)	国際観光振興機構法 第9条 第1号
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	(政策評価表若しくは事前分析表又は行政事業レビューのレビューシートの番号を記載)

2. 主要な経年データ															
①主要なアウトプット（アウトカム）情報										②主要なインプット情報（財務情報及び人員に関する情報）					
指標等		達成目標	基準値 (前中期目標期間 最終年度値等)	平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度			平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度
情報提供 の評価	計画値	4段階評価で 上位2つの 評価を得る 割合が7割 (70%)以上	—	7割以上	7割以上	7割以上	7割以上	7割以上			予算額（千円）				
	実績値	—	—	95.2%	95.3%	98.1%	98.2%				決算額（千円）				
	達成度	—	—	136.0%	136.1%	140.1%	140.2%				経常費用（千円）				
情報提供 の評価 (対面・電話)	計画値	60,000件	—	—	—	46,000件	53,000件	60,000件			経常利益（千円）				
	実績値	—	—	—	—	37,915件	40,089件				行政サービス実 施コスト（千円）				
	達成度	—	—	—	—	82.4%	75.6%				従事人員数				
情報提供 の評価 (ウェブ)	計画値	350,000件	—	—	—	250,000件	300,000件	350,000件							
	実績値	—	—	—	—	395,390件	484,771件								
	達成度	—	—	—	—	158.2%	161.6%								
参考 情報提供 件数 (対面・電話・ウェブ)	計画値	120,000件 (※) 中期計 画変更前	—	63,000件 (※)	164,000件 (※)	—	—	120,000件 (※)							
	実績値		—	対面・電話 46,461件 ウェブ 120,531件 合計： 166,992件	対面・電話 41,263件 ウェブ 229,566件 合計： 270,829件	—	—	—							
	達成度	—	—	265.1%	165.1%	—	—	—							

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価						
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価
				業務実績	自己評価	
訪日外国人旅行者の利便性・満足度を向上させるため、国内における受入環境整備として、外国人観光案内所の認定・支援を行い、案内所の更なる質の向上・質の担保を図る。支援の実施に当たっては、認定案内所からの評価を定量的に把握し、相当程度の評価を得るものとする。機構が運営するツーリスト・インフォメーション・センター（以下「TIC」という。）については、機構がこれまでに培ってきたネットワークや手法に基づき、民間のノウハウを取り入れた効果的な運営を行うとともに案内所支援業務の中核としての連携を強化する。運営にあたっては、ウェブを活用した情報提供コンテンツを創設するとともに、TICにおいて対面、電話又はウェブによって情報提供を行う機会を増加させる。また、立地や他の外国人観光案内所との連携方法等を含め、現行の在り方を利用者視点に立って見直す。	訪日外国人旅行者の国内受入環境整備を推進するため、外国人観光案内所の認定・支援を行い、ボランティアガイドの活用も視野に入れつつ、外国人観光案内所の更なる質の向上・質の担保を図る。支援の実施に当たっては、外国人旅行者の動向や認定案内所のニーズを踏まえ、支援の充実を図ることとする。ツーリスト・インフォメーション・センター（以下「TIC」という。）については、機構がこれまでに培ってきたネットワークや手法に基づき、民間のノウハウを取り入れた効果的な運営を行うとともに、案内所支援業務の中核としての連携を強化する。運営に当たっては、ウェブを活用した情報提供コンテンツを創設するとともに、海外事務所等を通じたTICの広報の強化を行い、対面、電話又はウェブによって情報提供を行う機会を増加させる。また、立地や他の外国人観光案内所との連携方法等を含め、現行の	訪日外国人旅行者の国内受入環境整備を推進するため、外国人観光案内所の認定・支援を行い、ボランティアガイドの活用も視野に入れつつ、外国人観光案内所のネットワーク拡大や更なる質の向上・質の担保を図る。平成28年度は、外国人観光案内所認定に係る電子申請システム及び認定案内所の管理データベースを活用することにより、同業務の大幅な効率化を図る。また、引き続き認定観光案内所実態調査や研修会を実施するほか、認定観光案内所専用サイトを活用し、先進的な取組事例や参考情報・資料を共有することを通じて、外国人旅行者へ提供するサービスの質の向上を図る。支援の実施に当たっては、外国人旅行者の動向や認定観光案内所のニーズを踏まえ、支援の充実を図ることとする。さらに、地方公共団体等に新たな観光案内所の申請を働きかけるとともに、主要空港・ターミナル駅等に所在する認定観光案内所に上位のカ	<p>＜主な定量的指標＞</p> <p>外国人観光案内所に対する調査において、機構からの支援サービスの評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p> <p>TICによる対面・電話等での情報提供件数を年間4万6,000件、ウェブでの情報提供件数を年間25万件とする。</p> <p>＜その他の指標＞</p> <p>なし</p> <p>＜評価の視点＞</p> <p>外国人旅行者が円滑に国内を旅行できるよう、外国人旅行者に対する観光情報等の提供が効果的・効率的に行われているか。</p> <p>外国人観光案内所の認定制度を通じた全国的な案内所ネットワークの拡大、及び案内所が提供するサービスの質の向上・質の担保が図られているか。</p> <p>機構による外国人旅行者への情報提供に関し、旅行者の情報収集手段・ニーズをふまえ、情報提供の機会を増やしているか。</p>	<p>＜主要な業務実績＞</p> <p>【外国人観光案内所の認定・支援】</p> <p>訪日外国人旅行者の国内受入環境整備を推進するため、外国人観光案内所のネットワーク拡大及び更なる質の向上を図った。</p> <p>・観光庁が定めた外国人観光案内所の設置・運営のあり方の指針（平成24年1月策定、平成28年6月改定）に基づき、外国人観光案内所の認定制度を運用した。</p> <p>・認定外国人観光案内所数は、前年度末の759カ所から、851カ所に増えた（12.1%増）。</p> <p>・外国人観光案内所の質の向上・担保を図るため、認定観光案内所専用サイトの活用、ニュースレターの配信、実態調査（全国各地60カ所）の実施、研修会（仙台市7月、新潟市11月、東京2月）の開催等を通じて、先進的取組や事例・情報の共有、助言等を行った。</p> <p>・上記取組に加え、コンサルティング等の支援を実施したことにより、26カ所の案内所が上位カテゴリーへ移行したほか、最上位であるカテゴリー3の案内所が北海道に3カ所、四国に2カ所初めて認定された。</p> <p>・中位以上の認定観光案内所は、前年の197カ所から270カ所へと大きく</p>	<p>＜評定と根拠＞</p> <p>評定：A</p> <p>・機構が認定する外国人観光案内所のネットワークは、前年度の759カ所から851カ所へと拡大し、外国人への観光案内体制が全国レベルで格段に向上した。認定済みの案内所の質の向上を促進するコンサルティングにも注力し、平成28年度は26カ所の案内所が上位カテゴリーに移行した。</p> <p>・特に北海道及び四国に初めて最上位のカテゴリー3の案内所が認定された。</p> <p>・さらに、観光案内所認定に係る電子申請システムを新たに構築し、従来年1回行っていた認定申請の受付について、平成28年6月から通年受付を開始したほか、従来約4カ月かかっていた申請から認定の期間を60日間へと大幅に短縮し、申請者の利便向上を図った。</p> <p>・外国人観光案内所に対する調査において、98.2%の回答者が機構の支援サービスは大変役立った、または役立ったと回答しており、非常に高く評価されている。</p> <p>・TICは、民間のノウハウを取り入れた運営を行い、全国各地の外国人観光案内所へのノウハウ提供、問い合わせ対応等を通じて認定外国人観光案内所のネットワーク拡大及び質の向上に貢献した。</p> <p>・大規模災害等発生時に外国人旅行者等への情報提供を行うため、震度6以上（東</p>	<p>評定 A</p> <p>＜評定に至った理由＞</p> <p>外国人観光案内所の認定制度を適切に運用し、全国的な外国人観光案内所ネットワークの量的拡大と質的向上に努めた結果、外国人観光案内所に対する調査において、機構の支援サービスの評価は、4段階のうち上位二つの評価を得た割合が98.2%と、目標の7割を大きく上回り、非常に高い満足度を得た（数値目標達成率：140.1%）。また、ウェブからの情報提供の強化にも努め、情報提供件数は、48.5万件となり、目標の30万件を大きく上回った。一方、TICにおける対面・電話での情報提供件数は、目標の53,000件を下回り、40,089件に留まった。</p> <p>認定外国人観光案内所数は前年度の759カ所から851カ所へと92カ所増え、全国の案内所ネットワークを拡充したほか、認定済み観光案内所の質的向上を促し、26カ所以上の案内所が上位カテゴリーに認定された。さらに、観光案内所認定に係る電子申請システムを新たに構築し、従来年1回行っていた認定申請の受付について、平成28年6月から通年受付を開始したほか、従来約4カ月かかっていた申請から認定の期間を60日間へと大幅に短縮し、申請者の利便向上を図った。</p> <p>以上のとおり、機構の支援サービスの満足度及びウェブでの情報提供件数は目標を大きく上回った。一方、TICにおける対面・電話での情報提供件数については、目標を下回ったものの、観光案内所の整備支援業務に積極的に対応する等質的成果に鑑みて、中期計画における所期の目標を上回る成果が得られていると認められる。</p> <p>＜指摘事項、業務運営上の課題及び改善方策＞</p> <p>（実績に対する課題及び改善方策など）</p> <p>ITを活用して情報収集を行う訪日外国人が増大する中、TICの立地や他の外国人観光案内所との連携手法等を含め、利用者視点に立った検討を進める。</p> <p>＜その他事項＞</p> <p>（有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど）</p> <p>旅行者が観光情報を得る手段として、ウェブやSNSの割合が大きくなっている中で、対面・電話等による情報提供のウエイトが下がっている状況を考えるとA評価で問題ない。</p>

<p>在り方を利用者視点に立って見直す。</p> <p><b>数値目標</b></p> <p>外国人観光案内所に対する調査において、機構からの支援サービスの評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p> <p>中期目標期間中に、T I Cによる対面・電話等での情報提供件数を年間6万件、ウェブでの情報提供件数を年間35万件とする。</p>	<p>テゴリーへの移行を働きかけ、外国人案内所のネットワークの拡大に努める。</p> <p>ツーリスト・インフォメーション・センター(以下「T I C」という。)については、機構がこれまでに培ってきたネットワークや手法に基づき、民間のノウハウを取り入れた効果的な運営を行うとともに、案内所支援業務の中核として全国の案内所との連携を強化する。具体的にはT I Cと空港、鉄道駅等の交通拠点に存在する認定観光案内所との相互案内に取り組む。また、ウェブを活用した情報提供コンテンツの更なる拡充を図るとともに、海外事務所等を通じたT I Cの広報の強化を行い、対面、電話又はウェブによって情報提供を行う機会を増加させる。また、立地や他の外国人観光案内所との連携方法等を含め、現行の在り方を利用者視点に立って見直す。さらに、大規模災害等発生時の情報提供環境を整備する必要性に鑑み、震度6弱以上(東京23区内は震度5強以上)の地震発生時にT I Cにおける緊急時の電話対応時間の24時間化を行う。</p>		<p>増え(37.1%増)、国内を周遊する外国人旅行者が地方各地で広域の観光案内が受けられるようになった。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光案内所認定に係る電子申請システムを新たに構築し、認定案内所の管理データベースと統合することにより業務の効率化を図った。</li> <li>・同システムの導入により、従来年1回行っていた認定申請の受付について、平成28年6月から通年受付を開始したほか、従来約4カ月かかっていた申請から認定の期間を60日間へと大幅に短縮し、申請者の利便向上を図った。</li> </ul> <p><b>【ツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)の運営】</b></p> <p>以下の取組等を通じて、TICの効率的・効果的運営と全国の案内所との連携の強化を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・認定案内所への支援サービスの提供</li> </ul> <p>認定案内所に対して電話による多言語(英語、中国語、韓国語)通訳サービスや電話およびメールでの問合せサービスを提供し、認定案内所のリード役としての機能を果たした。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・TICの広報強化</li> </ul> <p>東京駅周辺に立地する認定観光案内所と連携して広報を強化した。また、海外事務所を通じてTICの広報を実施した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大規模災害等発生時の緊急時の電話対応24時間化</li> </ul> <p>震度6以上(東京23区</p>	<p>京23区内は震度5強以上)の地震発生時に、TICにおける緊急時電話対応を24時間可能としており、4月の熊本地震発生時に稼働させ、夜間電話対応を行った。以降、緊急時のみならず常時24時間体制を継続しており、対応言語についても英語・日本語の2言語であったところ、中国語・韓国語を追加し、4言語対応を行っている。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ウェブによる情報提供件数は、前年の39.5万件から48.5万件(22.6%増)となり、目標値の30万件を大きく上回る(数値目標達成率161.6%)など、ウェブによる情報ニーズの高まりに適切に対応した。</li> <li>・以上のことから、対面・電話による情報提供件数が目標値を下回ったものの、ウェブによる情報提供の拡充や、全国各地の認定外国人観光案内所の量的及び質的向上の実現支援を通じて、訪日外国人旅行者の増加及び多様化するニーズに効果的に対応していることから、自己評価評価はAとする。</li> </ul> <p><b>【課題と対応】</b></p> <p>ITを活用して情報収集を行う訪日外国人が増大する中、TICの立地や他の外国人観光案内所との連携手法等を含め、利用者視点に立った見直しを行う。</p>	
---	--	--	--	--	--

		<p><b>数値目標</b>  外国人観光案内所に対する調査において、機構からの支援サービスの評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。  T I Cによる対面・電話等での情報提供件数を年間5万3,000件、ウェブでの情報提供件数を年間30万件とする。</p>		<p>内は震度5強以上)の地震発生時におけるTICの24時間電話対応体制について、平成28年4月に起きた熊本地震(震度6以上)を受けて、夜間電話対応を稼働するとともに、従来の英語と日本語による対応に加え、中国語及び韓国語対応を追加し、以降4言語体制を構築した。</p> <p>・TICのあり方に関する検討  他の認定観光案内所との連携等を含め、TICの今後のあり方についての検討を行った。</p> <p>【ウェブを活用した情報提供コンテンツの拡充】  訪日外国人旅行者から特に質問の多い交通関連情報、イベント情報等を更新し、ウェブによる情報提供を拡充した。外国人観光客だけでなく、国内の案内所等も当該コンテンツを活用している。</p> <p>&lt;数値目標の達成状況&gt;  【外国人観光案内所の満足度】  外国人観光案内所に対する調査において、機構の支援サービスの評価は、4段階評価のうち上位2つの評価を得た割合が98.2%と、目標の7割を大きく上回り、非常に高い満足度を得た。(数値目標達成率140.2%)</p> <p>【TICによる対面・電話等での情報提供件数】  ・TICにおける対面・電話等での情報提供件数は40,089件と、目標の53,000件を下回った。  (数値目標達成率75.6%)</p>		
--	--	--	--	---	--	--

				<p>・対面・電話での情報提供件数が数値目標に達しなかった理由として、外国人観光客のICT利用の増加に伴い、対面・電話よりもウェブによる情報収集が一般的な情報収集手段となりつつあること、また東京都内ならびに全国各地の外国人認定観光案内所が急速に増加し、またそれぞれ案内レベルが向上していることにより、外国人旅行者が案内を得る手段及び場所の選択肢が増え、案内の機会が分散化しつつあること等が挙げられる。</p> <p>【ウェブでの情報提供件数】</p> <p>・ウェブによる情報提供件数は、48.5万件となり、目標の30万件を大幅に上回った。(数値目標達成率161.6%)</p>		
--	--	--	--	---	--	--

#### 4. その他参考情報

(※) 平成27年3月に、今期中期目標及び中期計画(対象:平成25年度~29年度の5年間)ならびに平成26年度計画の変更があり、数値目標が変更となった。変更前の中期計画における数値目標は、「中期目標期間中に、TICによる情報提供件数を年間12万件とする。」であった。

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
1-2-2	国内受入体制整備支援業務 ②通訳案内士試験業務		
業務に関連する政策・施策	VI 国際競争力、観光交流、広域・地域間連携の確保・強化 20 観光立国を推進する	当該事業実施に係る根拠 (個別法条文など)	国際観光振興機構法 第9条 第3号 通訳案内士法 第11条
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業 レビュー	(政策評価表若しくは事前分析表又は行政事業レビューのレビューシート の番号を記載)

2. 主要な経年データ															
①主要なアウトプット（アウトカム）情報								②主要なインプット情報（財務情報及び人員に関する情報）							
指標等		達成目標	基準値 (前中期目標期間 最終年度値等)	X1年度 H25年度	X2年度 H26年度	X3年度 H27年度	X4年度 H28年度	X5年度 H29年度			X1年度	X2年度	X3年度	X4年度	X5年度
業務経費の 収支	計画値	収入を償う	—	収支を償う	収支を償う	収支を償う	収支を償う	収支を償う		予算額（千円）					
	実績値	—	△15,857 千円	△18,715 千円	8,697 千円	7,746 千円	△5,945 千円		決算額（千円）						
	達成度	—	—	未達成	達成	達成	未達成		経常費用（千円）						
出願者数	計画値	増大を図る		—	—	—	—	—		経常利益（千円）					
	実績値	—	5,844人	5,535人	8,140人	12,306人	12,519人		行政サービス実施コスト（千円）						
	達成度	—		前年比 5.3%減	前年比 47.1%増	前年比 51.2%増	前年比 1.7%増		従事人員数						

注) 予算額、決算額は支出額を記載。人件費については共通経費分を除き各業務に配賦した後の金額を記載

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価						
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価
				業務実績	自己評価	
通訳案内士試験の代行業務については、通訳案内士試験の受験手数料収入で試験業務経費を償うことができず赤字化している現状を踏まえ、その原因を分析した上で、受験者数の予測を行い、試験実施方法の見直し等による試験事務の更なる効率化を実施し、あわせて、受験者数の増大を図ることにより、可能な限り早期に、本試験事務の収支が償う状態とする。	通訳案内士法に基づき、通訳案内士試験の実施に関する事務を行う。通訳案内士試験の受験手数料収入で試験業務経費を償うことができず赤字化している現状を踏まえ、その原因を分析した上で、受験者数の予測を行い、会場費の削減等試験実施方法の見直し等による試験事務の更なる効率化を実施し、あわせて、広報強化等により受験者数の増大を図ることにより、本試験事務の収支が償う状態とする。	通訳案内士法に基づき、通訳案内士試験の実施に関する事務を行う。通訳案内士試験の受験手数料収入で試験業務経費を償えるよう、受験者数の予測を踏まえた試験事務の効率化を実施するとともに、広報強化等による受験者数の増大に取り組む。具体的には、筆記試験の免除対象とした民間の検定試験の実施団体等との連携やソーシャルメディア等の活用による広報・周知の強化を通じて受験者の増大を図りつつ、準会場設置の働きかけを行い、受験者の増大及び経費の削減に取り組むとともに、機構が実施する試験業務の在り方について検討を進める。	<p>&lt;主な定量的指標&gt; なし</p> <p>&lt;その他の指標&gt; なし</p> <p>&lt;評価の視点&gt; 国家試験である通訳案内士試験の事務を代行するにあたり、公正性を担保し、確実・適切に運営しているか。試験事務代行業務のさらなる効率化、受験者数増加策を講じること等により、受験手数料で試験事務の経費が償えるよう、必要な改善・取組が行われているか。</p>	<p>&lt;主要な業務実績&gt; 「通訳案内士試験ガイドライン」(国土交通省、平成29年4月改訂)に基づき、試験の公正性・適正性を確保しつつ、試験事務を円滑に実施した。</p> <p>【試験実施概要】 (1) 実施日程 ・願書・施行要領の配付及び願書受付期間：平成28年5月16日～7月1日 ・筆記試験：平成28年8月21日 ・筆記試験合格発表：平成28年11月10日 ・口述試験：平成28年12月4日 ・最終合格発表：平成29年2月3日</p> <p>(2) 試験地 ・筆記試験：札幌市、仙台市、東京近郊、名古屋市、大阪近郊、広島市、福岡市、那覇市、ソウル市(韓国)、台北市(台湾) ※準会場は、熊本市、新潟市 ・口述試験：東京近郊、大阪近郊、福岡市</p> <p>(3) 試験科目 ・筆記試験：外国語(英語、中国語、韓国語、フランス語、スペイン語、ドイツ語、イタリア語、ポルトガル語、ロシア語、タイ語の10言語)、日本地理、日本歴史、一般常識 ・口述試験：実践的なコミュニケーション能力</p> <p>【試験実施結果概要】 ・出願者数：12,519人</p>	<p>&lt;評定と根拠&gt; 評定：C</p> <p>・「通訳案内士試験ガイドライン」(国土交通省、平成28年4月改訂)に基づき、試験の公正性・適正性を確保しつつ、試験事務を円滑に実施した。</p> <p>・通訳案内士試験に関する広報努力等により、出願者数は過去最多となる12,519人(前年比1.7%増)となった。出願者数の増加に伴い、受験手数料収入も過去最高の147百万円(前年比2.1%増)となった。</p> <p>・情報セキュリティを強化し、個人情報をはじめとする機密情報流出を防ぐ対策を講じた。</p> <p>・筆記試験合格者数の増加(前年比11.8%増)に伴い、会場・試験委員・スタッフ等の手配業務が増えたところ、適切に対応した。</p> <p>・試験事務にかかる経費については、上記セキュリティ対策強化及び試験手配費用の増加に伴い、前年より16百万円増え、152百万円(前年比11.8%増)となった。</p> <p>・本業務における収支については、収入147百万円に対し、支出が152百万円となり、支出が収入を5百万円(収入の3.4%)上回り、業務収支を償うに至らなかった。</p> <p>・収支を償うという目標を達成できなかったため、自</p>	<p>評定 C</p> <p>&lt;評定に至った理由&gt; 「通訳案内士試験ガイドライン」に基づき、試験事務の公正性等を確保しつつ、試験事務を代行した。 訪日外国人旅行者数の増加傾向を背景に、通訳案内士制度の認知が高まったことに加え、新たに中国語検定及び韓国語能力試験の高得点者を筆記試験免除の対象としたことから当該検定試験事務局と連携したPR等広報の強化を図った結果、平成28年度の出願者数は前年度1.7%増の12,519人と過去最多となった。しかし、試験業務の収支は、個人情報をはじめとする機密情報流出を防ぐための情報セキュリティ対策の強化及び受験者増による試験手配費用の増加に伴い、支出が収入を5百万円(収入の3.4%)上回り、業務収支を償うに至らなかった。このように、平成28年度については、中期計画における所期の目標を下回っており、試験の事務効率化と受験者数の増加を図る取組を推進する等の改善を要する。</p> <p>&lt;指摘事項、業務運営上の課題及び改善方策&gt; (実績に対する課題及び改善方策など) 本業務に関しては、受験手数料収入により試験業務経費の収支を償うことが課題であり、試験事務の品質を担保しつつ、事務効率化と受験者数の増加を図る取組を実施する。</p> <p>&lt;その他事項&gt; (有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど)</p>

			<p>(前年比 1.7%増)  ・受験者数 11,307 人  (前年比 3.0%増)  ・筆記試験合格者数：  3,106 人(前年比 11.8%増)  ・合格者数 2,404 人(前年比 13.4%増)  合格率 21.3%(前年比 2.0ポイント増)</p> <p><b>【受験者数増加に向けた取組】</b>  2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催や訪日外国人旅行者数の増加傾向を背景に、通訳案内士制度の認知が高まり、また機構による広報活動による成果とあいまって、出願者数は過去最多となる延べ12,519人(前年比 1.7%増)となった。</p> <p>新たに中国語及び韓国語筆記試験免除の対象となる検定試験が増え、当該検定試験事務局との連携により広報を行った結果、中国語及び韓国語の出願者増加につながった。</p> <p><b>【情報セキュリティの強化】</b>  情報セキュリティを強化するため、新たなシステム導入により、個人情報をはじめとする機密情報流出を防ぐ対策を講じた。</p> <p><b>【試験事務の収支】</b>  受験手数料収入は 147 百万円(前年比 1.8%増)となった一方、試験業務経費は、情報セキュリティ対策の強化、及び筆記試験合格者数増加(2,778人→3,106人 前年比 11.8%増)に伴う会場・試験委員・スタッフ等の追加手配による費用の増加</p>	<p>己評価評価はCとする。</p> <p><b>【課題と対応】</b>  本業務に関しては、受験手数料収入により試験業務経費の収支を償うことが課題であり、試験事務の品質を担保しつつ、事務効率化と受験者数の増加を図る取組を継続する。</p>	
--	--	--	--	--	--

				等により、152 百万円（前 年比 11.9%増）となり、 収支は 6 百万円の赤字と なった。		
--	--	--	--	---	--	--

4. その他参考情報						

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
1-3	国際会議等の誘致・開催支援業務		
業務に関連する政策・施策	VI 国際競争力、観光交流、広域・地域間連携の確保・強化 20 観光立国を推進する	当該事業実施に係る根拠 （個別法条文など）	独立行政法人国際観光振興機構法 第9条 第7号 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
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	（政策評価表若しくは事前分析表又は行政事業レビューのレビューシートの番号を記載）

2. 主要な経年データ														
①主要なアウトプット（アウトカム）情報								②主要なインプット情報（財務情報及び人員に関する情報）						
指標等		達成目標	基準値 (前中期目標期間 最終年度値等)	平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度		平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度
商談件数	計画値	年平均 1,700件以上	—	—	—	1,700件 以上	1,700件 以上	1,700件 以上		予算額（千円）				
	実績値	—	—	—	—	3,471件	3,401件			決算額（千円）				
	達成度	—	—	—	—	204.2%	200.1%			経常費用（千円）				
商談参加者の評価	計画値	4段階評価で 上位2つの 評価を得る 割合が7割 (70%)以上	—	—	—	7割以上	7割以上	7割以上		経常利益（千円）				
	実績値	—	—	—	—	91.6%	88.9%			行政サービス実施コスト（千円）				
	達成度	—	—	—	—	130.9%	127.0%			従事人員数				
参考…誘致に成功した国際会議等への外国人参加者予定数	計画値	102,000人 (※)中期計画 変更前	—	82,700人 (※)	87,300人 (※)	—	—	102,000人 (※)						
	実績値	—	—	92,128人	103,528人	—	—	—						
	達成度	—	—	111.4%	118.6%	—	—	—						

注) 予算額、決算額は支出額を記載。人件費については共通経費分を除き各業務に配賦した後の金額を記載

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価						
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価
				業務実績	自己評価	
我が国のMICE (Meeting, Incentive Travel, Convention, Exhibition/ Event)の総称)分野の国際競争力を強化するため、海外においては各種MICE関連団体等との国際ネットワークの充実を図るとともに、世界のMICE市場の動向及び競合する都市や団体による誘致活動に関する情報の収集力を強化し、今後の市場トレンドの分析や課題の整理・解決に向けた取組を実施する。また、大学・産業界等国内主催者との一層の関係強化・支援強化に取り組むとともに、国内外において新規案件を発掘する機能を拡大する。これらを始めとした各種マーケティング活動の強化を通じて、従来からのMICE誘致・開催支援業務を強化するとともに、地方自治体、コンベンションビューロー等の誘致主体のマーケティング戦略の高度化と戦略に基づく誘致活動の着実な実施に向けた支援を行う。これらの取組を基礎に、MICEの誘致・開催促進事業の実施主体として、また、我が国のナシ	①国際会議等の誘致支援業務  我が国のナショナルコンベンションビューローとしてのマーケティング機能を強化し、市場分析、誘致対象のターゲティング、ポジショニング等を踏まえた誘致戦略を策定する。関係者のニーズを的確に反映しつつ、従来からのMICE ( Meeting, Incentive Travel, Convention, Exhibition/ Event)の総称) 誘致・開催支援業務を一層充実するとともに、都市・コンベンションビューローの強化のためのコンサルティング機能の拡充を図ることで、我が国のMICE誘致主体のマーケティング戦略の高度化とその着実な実施に対する支援を行う。また、ICCA ( International Congress and Convention Association) を始めとする国際的なMICE関連団体の活動への積極的な参画等による国際ネットワークの充実を図るとともに、海外における市場や会議主催者等の動向及び競合	①国際会議等の誘致支援業務  我が国のナショナルコンベンションビューローとしてのマーケティング機能を強化し、市場分析、誘致対象のターゲティング、ポジショニング等を踏まえた誘致戦略を策定する。関係者のニーズを的確に反映しつつ、従来からのMICE ( Meeting, Incentive Travel, Convention, Exhibition/ Event)の総称) 誘致・開催支援業務を一層充実するとともに、観光庁のグローバルMICE戦略都市及びグローバルMICE強化都市育成事業への支援を含め、都市・コンベンションビューローの強化のためのコンサルティング機能の拡充を図ることで、我が国のMICE誘致主体のマーケティング戦略の高度化とその着実な実施に対する支援を行う。また、ICCA ( International Congress and Convention Association) を始めとする国際的なMICE関連団体の活動への積極的	<主な定量的指標> 海外の国際会議・インセンティブ旅行主催者等と、機構、国内の地方公共団体及び民間事業者等との商談件数を1,700件以上とする。 商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。  <その他の指標> なし  <評価の視点> 「2030年にはアジア No. 1の国際会議開催国として不動の地位を築く」ことに向け、国内外において着実な取組が行われているか。	<主要な業務実績> 【マーケティング機能の強化】 以下の取組等を通じて、我が国のナショナルコンベンションビューローとしてのマーケティング機能を強化し、都市・コンベンションビューローの誘致支援業務の充実化を図った。  ・前年度に策定した新たな日本のMICEブランド「Japan. Meetings & Events - New ideas start here」の発信・認知拡大  ・グローバルMICE戦略都市及びグローバルMICE強化都市への支援(MICE専門誌による都市取材等)  ・ICCA データベース及び機構データベースの活用による新規誘致案件の掘り起こしの強化  ・米国においてMICEコンサルティング業務の外部委託を実施し、MICEマーケティング活動の専門性が高いコンサルタント会社のノウハウを活用し、効率的に北米市場のMICE潜在需要の掘り起しを行った。  【誘致支援業務の充実化】 ・国内最大級のビジット・ジャパン・トラベルマートと連動したMICEマートの開催・拡充(9月)  ・国内各都市と連携した	<評定と根拠> 評定：S  ・2030年にアジア No.1の国際会議開催国として不動の地位を築くという政府目標の達成に向け、マーケティング機能の強化、海外におけるネットワーク拡大とMICE専門見本市等への参加を通じた情報収集・分析、国内における有力な会議主催者との関係強化等の取組を行った。  ・アジア諸国を中心とする海外競合国・地域との誘致競争が激しさを増す中、2016年の日本における国際会議開催件数は過去最多の410件となり、アジア・オセアニア・中近東地域で4年連続1位(中国と同数タイ)、世界総合ランキング第7位(同左)の堅持に貢献した。  ・平成27年度に策定した新たな日本のMICEブランド「Japan. Meetings & Events -New ideas start here」を各事業・各作成物に反映し、国内外におけるブランドイメージの確立と認知拡大を図った。  ・国内各都市・コンベンション推進機関等と連携して、海外の主要MICE見本市等に参加したほか、機構が主催するMICE商談会等を通じて、国際会議・インセンティブ旅行主催者等と、機構、国内の地方公共団体及び民間事業者等との商談の場を提供し、数値目標の1,700件を2倍以上、上回る年間3,401件の商談を実現した。海外側・国内側双方の商談	評定 A  <評定に至った理由> 国際会議については、マーケティング機能の強化、都市・コンベンションビューローへの誘致支援業務の充実化、海外におけるネットワーク拡大、国内の誘致関係者への情報提供等を行った結果、海外のMICE主催者等との商談件数は目標の1,700件を2倍以上上回った3,401件(数値目標達成率：200.1%)となった。また、商談参加者に対する調査では、4段階評価のうち上位2つの評価を得た割合は88.9%と、目標の7割を大きく上回り、高い満足度が得られた(数値目標達成率：127.0%)。 こうした取組により、2016年も引き続き国際会議開催国としてアジア No.1及び世界ランキング7位の堅持に貢献した。さらに、参加者2千人以上の大型国際会議8件の誘致に成功したほか、国際会議の地方への誘致にも積極的に取組み、28年度中に宮崎(1,200人)、奈良(500人)等への国際会議の誘致に成功した。 以上のとおり、国際会議等の誘致・開催支援業務に積極的に対応しており、目標値は120%を大きく上回る成果を達成し、国際会議の地方への誘致等にも積極的に取り組んでいることから、中期計画における所期の目標を上回る成果が得られていると認められる。  <指摘事項、業務運営上の課題及び改善方策> (実績に対する課題及び改善方策など) MICEマーケティングの高度化を通じて新規案件の発掘等に取り組む、地域の特性や受入・収容規模を活かした国際会議の誘致支援を強化する等、ナショナルコンベンションビューローとして、マッチング機能を発揮していく。  <その他事項> (有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど)

<p>ショナルコンベンションビューローとして、国際会議及びインセンティブ旅行（企業報奨旅行）等のMICE誘致についてさらなる深化を図る。</p> <p>なお、これらの各種取組に当たっては、成果の最大化の観点から、支援対象等の選択と集中の徹底及び効率的な実施に留意することとする。</p>	<p>国・都市等の誘致活動に関する情報の収集・分析を強化し、国内の誘致関係者への情報提供を行う。また、国内においては有力な会議主催者等との関係強化や会議誘致への啓蒙活動の充実等により主催者への動機づけを行い、誘致・開催に向けた意欲を高める等、大学・産業界等との一層の関係強化を通じた新規案件発掘機能を拡大する。</p> <p>あわせて訪日インセンティブ旅行（企業報奨旅行）等の市場分析の強化を通じ、東南アジア、欧米豪等の有望市場からの誘致拡大を図る。</p> <p>これらの取組を基礎に、MICEの誘致・開催促進事業の実施主体として、また、我が国のナショナルコンベンションビューローとして、国際会議及びインセンティブ旅行（企業報奨旅行）等のMICE誘致についてさらなる深化を図る。</p> <p>なお、これらの取組に当たり、支援対象等の絞りこみ、効率的な実施に留意する。</p> <p><b>②国際会議の開催支援業務</b></p> <p>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</p>	<p>な参画等による国際ネットワークの充実を図るとともに、平成27年度に策定予定の新しい日本のMICEブランドについての認知拡大を図る。また、海外における市場や会議主催者等の動向及び競合国・都市等の誘致活動に関する情報の収集・分析を強化し、国内の誘致関係者への情報提供を行う。さらに、国内においてはアンバサダープログラムを運営を通じ有力な会議主催者等との関係強化や会議誘致への啓蒙活動の充実等により主催者への動機づけを行い、誘致・開催に向けた意欲を高める等、大学・産業界等との一層の関係強化を通じた新規案件発掘機能を拡大する。</p> <p>あわせて訪日インセンティブ旅行（企業報奨旅行）等の市場分析の強化を通じ、東南アジア、欧米豪等の有望市場からの誘致拡大を図る。更に日本の開催地としての魅力向上に資する観光庁のユニークベニューへの取組を支援する。</p> <p>これらの取組を基礎に、MICEの誘致・開催促進事業の実施主体として、また、我が国のナショナルコンベンションビュー</p>		<p>国際団体等の海外キーパーソングループ招請、及び個別招請</p> <p>【海外におけるネットワーク拡大、情報収集・分析の強化】 海外のMICE専門見本市・商談会への参加、国際的MICE関連団体の活動への積極的参画を通じて、ネットワーク拡大、情報収集、分析の強化を図った。</p> <p>海外MICE見本市等への参加例： ・IT&amp;CM（中国）、IBTM中国、IMEX（ドイツ）、IMEXアメリカ（米国）、IBTM（スペイン）、AIME（オーストラリア）等 ・国際会議協会 ICCA（International Congress and Convention Association）アソシエーションミーティングプログラム（ノルウェー 6月）、総会（マレーシア、11月）への参加</p> <p>【国内誘致関係者への情報提供強化】 ・MICEアンバサダープログラムを運営し、平成28年度中に新たに18人を任命した（合計47人）。同プログラムによる国際会議誘致支援を行い、平成28年度中に10件の国際会議誘致に成功した。</p> <p>・国際会議誘致・開催貢献者の表彰（12月） ・国際会議主催者セミナーの開催（沖縄 11月、東京 12月）</p> <p>上記の取組等の結果、平成28年度中に26件の国際会議の誘致に成功した。そのうち、開催規模が2,000人以上（日本人参</p>	<p>参加者による満足度（4段階評価の上位2段階を得た割合）は、88.9%と目標の7割を大きく上回り、高い評価を得ている。</p> <p>・商談等を通じて得られた情報をもとに、MICE開催国としての日本の強み及びポジショニングを踏まえた戦略的な誘致活動を展開し、年度中に誘致が成功した国際会議のうち、開催規模が2,000人以上の大型国際会議は8件となり、重要な学術・産業界関係の国際会議等の誘致に成功した。</p> <p>・日本を代表する国際会議開催地として、観光庁が認定するグローバルMICE戦略・強化都市（7都市）及びグローバルMICE強化都市（5都市）に対し、MICE専門誌でのPRをはじめとする認知度向上支援等を行った。</p> <p>・地域の特性及び収容規模等を活かした国際会議の誘致協力にも積極的に取り組み、年度中に宮崎（2018年、1,000人）、高松（2018年、600人）、奈良（2020年、500人）等の国際会議開催が決定した。</p> <p>・MICEアンバサダープログラムの運営を通じて、国内の有力な会議主催者との関係を強化し、国際会議の誘致支援を行った。年度中にMICEアンバサダー18人を任命し、アンバサダー数は47人となり、アンバサダーによる国際会議の開催が10件決定した。</p> <p>・訪日インセンティブ旅行の誘致については、ベストプラクティスを表彰するジャパン・インセンティブアワードを創設し、初回表彰式を開催したほか、インセ</p>	
---	--	---	--	--	--	--

<p>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。</p> <p><b>数値目標</b></p> <p>中期目標期間中、海外の国際会議・インセンティブ旅行主催者等と、機構、国内の地方公共団体及び民間事業者等との商談件数を年平均1,700件以上とする。</p> <p>商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p>	<p>ローとして、国際会議及びインセンティブ旅行（企業報奨旅行）等のMICE誘致についてさらなる深化を図る。</p> <p>なお、これらの取組に当たり、支援対象等の絞りこみ、効率的な実施に留意する。具体的には、別添1の業務計画に基づき、業務を推進する。</p> <p><b>②国際会議の開催支援業務</b></p> <p>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。</p> <p><b>数値目標</b></p> <p>海外の国際会議・インセンティブ旅行主催者等と、機構、国内の地方公共団体及び民間事業者等との商談件数を1,700件以上とする。</p> <p>商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p>		<p>加者含)の大型会議8件の開催が決まった。</p> <p>平成28年度中に開催が決定した国際会議の例：大型会議</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・アジア太平洋ITSフォーラム 2018年に福岡で開催予定。参加者数3,000人規模(うち外国人1,000人)</li> <li>・国際パーキンソン病学会 2019年に京都で開催予定。参加者数4,000人規模(うち外国1,500人)</li> <li>・世界地震工学会議 2020年に仙台で開催予定。参加者数3,000人規模(うち外国人1,500人)</li> <li>・国際人工知能会議 2020年に名古屋で開催予定。参加者2,500人規模(うち外国人2,000人)</li> <li>・世界核医学会 2022年に京都で開催予定。参加者数3,500人規模(うち外国人1,500人)</li> <li>・国際自動制御連盟総会 2023年に横浜で開催予定。参加者数3,000人規模(うち外国人1,500人)</li> <li>・国際アクチュアリー会議 2026年に東京で開催予定。参加者数1,500人規模(うち外国人1,000人)</li> </ul> <p>地方開催会議</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・言語リソース評価に関する会議 2018年に宮崎で開催予定。参加者数1,000人規模(うち外国人800人)</li> <li>・地球大気化学国際共同研究計画 国際会議 2018年に高松で開催予定。参加者数600人規模。(うち外国人550人)</li> <li>・国際妊婦高血圧症会議 2020年に奈良で開催予定。500人規模。(うち外国人300人)</li> </ul>	<p>ンティブ旅行の情報発信をまとめたインセンティブ旅行ポータルサイト(4言語)を開設するなど、積極的な誘致活動を展開した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・アジア諸国を中心とする海外競合国・地域との誘致競争が激しさを増す中、2016年の日本における国際会議開催件数は過去最多の410件となり、アジア・オセアニア・中近東地域で4年連続1位(中国と同列タイ)、世界総合ランキング第7位(同上)の堅持に貢献し、日本の学術・産業界に重要な大型国際会議等の誘致に成功しているほか、訪日インセンティブ旅行誘致の強化、地域の特性・収容規模を生かした国際会議の誘致に成功している等の取組においても実績を上げている質的成果を踏まえ、自己評価評価はSとする。</li> </ul> <p><b>【課題と対応】</b></p> <p>海外の専門家によるノウハウを活用し、マーケティング機能の高度化を図る。</p>	
--	---	--	---	--	--

			<p>【訪日インセンティブ旅行の誘致拡大】 以下の取組等を通じて訪日インセンティブ旅行の誘致拡大を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・訪日インセンティブ旅行のベストプラクティスを表彰するジャパン・インセンティブアワードを創設し、各国から寄せられた 21 件の応募の中から 3 件を選定し、表彰した。&lt;新規&gt;</li> <li>・インセンティブ情報ポータルサイト（英語、韓国語、中国語繁体字、中国語簡体字の 4 言語対応）を新設し、事例紹介や支援サービス等、訪日インセンティブ旅行に関する情報発信を強化した。</li> <li>・平成 28 年熊本地震（4 月）によるインセンティブ旅行の落ち込みを食い止めるため、九州インセンティブキャンペーンを実施し、中国 5 件、台湾 10 件にサポートプログラムを実施した。&lt;新規&gt;</li> </ul> <p>（海外におけるインセンティブセミナー開催例）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・台湾インセンティブセミナー（台北、台中、高雄 8 月）</li> <li>・東南アジアインセンティブセミナー（ジャカルタ、シンガポール、クアラルンプール 6 月～7 月）</li> <li>・ソウル・釜山インセンティブマート（ソウル、釜山 9 月）</li> <li>・大型インセンティブセミナー（ソウル 12 月）</li> <li>・バンコク・インセンティブセミナー（バンコク 2 月）</li> </ul>	
--	--	--	---	--

				<p><b>【人材育成】</b> 以下の取組を通じてMICE産業を支える人材育成を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・MICE市場説明会（9月、2月）及びMICEシンポジウム（12月）の開催</li> <li>・MICEセミナー 初級者対象（5月、参加者数55人）、及びMICEセミナー 中級者対象（2月、参加者数25人）の開催</li> </ul> <p><b>【寄附金募集・交付金交付制度の運営】</b> 誘致が決定した国際会議の開催を支援するため、寄附金募集・交付金交付制度を運営した。平成28年度に寄附金募集の協力が決まった国際会議は10件、交付金を交付した国際会議は2件（交付額48百万円）となった。</p> <p>&lt;数値目標の達成状況&gt; <b>【商談件数】</b> 国際会議・インセンティブ旅行主催者等と、機構、国内の地方公共団体及び民間事業者等との商談件数は3,401件となり、目標の1,700件の2倍以上、上回った。（数値目標達成率200.1%）</p> <p><b>【商談参加者評価】</b> 商談参加者に対する調査では、4段階評価のうち上位2つの評価を得た割合は88.9%と、目標の7割を大幅に上回り、非常に高い満足度が得られた。（数値目標達成率127.0%）</p>	
--	--	--	--	---	--

#### 4. その他参考情報

（※）平成27年3月に、今期中期目標及び中期計画（対象：平成25年度～29年度の5年間）ならびに平成26年度計画の変更があり、数値目標が変更となった。変更前の中期計画における数値目標は、「中期目標期間中に、機構が誘致に成功した国際会議及びインセンティブ旅行への外国人参加者予定数を年間10万2千人にする。」であった。



1. 当事務及び事業に関する基本情報			
2-1	組織運営の効率化		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	X1年度 H25	X2年度 H26	X3年度 H27	X4年度 H28	X5年度 H29	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣の評価
				業務実績	自己評価	
「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」(平成25年12月24日閣議決定)、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」(平成26年6月17日観光立国推進閣僚会議決定)及び『『日本再興戦略』改訂2014』(平成26年6月24日閣議決定)を踏まえ、訪日プロモーション事業の実施に当たり、海外事務所において市場のニーズに即応した迅速な意思決定を行えるよう、経営資源と権限の海外シフトを進める。このため、予算や人員等の経営資源を海外事務所に重点的に配分するとともに、海外事務所長の判断により、柔軟な執行ができる仕組みを構築する。 あわせて、海外事務所の組織体制を整備するため、民間からの	「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」(平成25年12月24日閣議決定)、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」(平成26年6月17日観光立国推進閣僚会議決定)及び『『日本再興戦略』改訂2014』(平成26年6月24日閣議決定)を踏まえ、訪日プロモーション事業の実施に当たり、海外事務所において市場のニーズに即応した迅速な意思決定を行えるよう、経営資源と権限の海外シフトを進める。このため、予算や人員等の経営資源を海外事務所に重点的に配分するとともに、海外事務所長の判断により、柔軟な執行ができる仕組みを構築する。 また、「独立行政法人改革等に関する基	「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」(平成25年12月24日閣議決定)、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」(平成26年6月17日観光立国推進閣僚会議決定)及び『『日本再興戦略』改訂2014』(平成26年6月24日閣議決定)を踏まえ、訪日プロモーション事業の実施に当たり、海外事務所において市場のニーズに即応した迅速な意思決定を行えるよう、経営資源と権限の海外シフトを進める。このため、海外事務所の新設をはじめ予算や人員等の経営資源を海外事務所に重点的に配分するとともに、海外事務所長の判断により、柔軟な執行ができる仕組みを構築する。 本部組織については、	<p>&lt;主な定量的指標&gt; なし</p> <p>&lt;その他の指標&gt; なし</p> <p>&lt;評価の視点&gt; 訪日プロモーション事業の実施に当たり、海外事務所において市場のニーズに即応した迅速な意思決定を行えるよう、予算や人員等の経営資源の重点的な配分を進めているか。 予算の適切な執行と契約に係る適正性等を確保するため、本部事務所及び海外事務所について、必要な機能強化を図っているか。</p>	<p>&lt;主要な業務実績&gt; 【組織運営の効率化】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・訪日プロモーション事業の適切な執行を図るため、本部及び海外事務所の体制強化を図った。</li> <li>・海外事務所については、訪日プロモーション事業のさらなる強化・高度化を図るため、新たに海外事務所6カ所を開設した。&lt;新規&gt;</li> <li>・開設した事務所及び開設日は以下の通り。 (ロシア)モスクワ事務所 平成28年12月16日開設 (ベトナム)ハノイ事務所 平成29年2月27日開設 (マレーシア)クアラルンプール事務所 平成29年3月8日開設 (インド)デリー事務所 平成29年3月30日開設 (スペイン)マドリッド事務所 平成29年3月</li> </ul>	<p>&lt;評定と根拠&gt; 評定：A</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・訪日プロモーション事業の実施主体としての業務体制を拡充するため、海外事務所6カ所の新設を行い、海外事務所の体制整備も見据えた新卒採用及び中途採用を実施した。</li> <li>・訪日プロモーション事業の予算を海外事務所に配賦し、海外事務所の権限で企画競争を実施する等、各市場において現地目線で訪日プロモーション事業を企画・実施した。</li> <li>・本部事務所を平成29年1月に東京都千代田区有楽町から東京都新宿区四谷へ移転し、国際交流基金の本部事務所と共用化を行った。</li> <li>・移転のタイミングにあわせ、コーポレート・アイデンティティ構築のため、経営理念を端的に表すフレーズ「日本の魅力を、日本のチカラに。」をタグラインとして制定</li> </ul>	<p>評価 A</p> <p>&lt;評定に至った理由&gt; 訪日プロモーション事業の実施主体となってから2年目を終え、事業執行管理のための人員体制の強化、海外6事務所の開設、本部組織の再編準備等、訪日プロモーション事業の拡充・高度化及び円滑な組織運営のための確実な機能強化を図る等効率的な組織運営及び効果的な事業運営を行うことにより、訪日外国人旅行者2,404万人の達成に大きく貢献し、中期計画の所期の目標を上回る成果が得られていると認められる。</p> <p>&lt;今後の課題&gt; (実績に対する課題及び改善方策など) 今後も訪日プロモーション事業の執行機関として適切に事業を執行していくため、引き続き機能強化を図って行くことが必要である。</p> <p>&lt;その他事項&gt; (有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど) 観光先進国の実現のために、訪日プロモーションの重要性が高まっており、機構の予算及び事業規模が劇的に増加している中で、業務の効率化も同時に進めているので、A評価としてよいのではないかと。</p>

<p>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。</p> <p>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。</p> <p>海外事務所については、それに係る成果指標に基づき毎年度厳格に評価を行い、国のインバウンド政策及び市場の動向も踏まえつつ、事務所数や配置の適正性、予算や人員等の経営資源の配分等について不断の見直しを行う。</p>	<p>本的な方針」（平成25年12月24日閣議決定）に基づき、予算の適切な執行と契約に係る適正性等を確保するため、本部事務所及び海外事務所について、必要な機能強化を図る。</p> <p>海外事務所については、活動内容の実績や市場の将来性等について毎年度厳格に評価を行い、国のインバウンド政策及び市場の動向も踏まえつつ、事務所数や配置の適正性、予算や人員等の経営資源の配分等について不断の見直しを行う。</p>	<p>「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」（平成25年12月24日閣議決定）に基づき、予算の適切な執行と契約に係る適正性等を確保するため、本部事務所及び海外事務所について、必要な機能強化を図る。</p> <p>海外事務所については、活動内容の実績や市場の将来性等について毎年度厳格に評価を行い、国のインバウンド政策及び市場の動向も踏まえつつ、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。</p>	<p>30日開設 （イタリア）ローマ事務所 平成29年3月30日開設</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>海外事務所における訪日プロモーション事業の調達（契約責任者は海外事務所長）を実施した。</li> <li>本部組織については、新たな部の立ち上げを含む本部組織再編（平成29年4月施行）を決定し、関連規程類の改正及び人員配置等を含む準備を行った。</li> <li>本部事務所を平成29年1月に東京都千代田区有楽町から、東京都新宿区四谷へ移転し、国際交流基金の本部事務所と共用化を開始した。</li> <li>平成28年度末の常勤職員数は、国内76人、海外50人（平成27年度末は国内67人、海外39人）となった。</li> <li>平成27年に策定した新たな経営理念及び行動指針推進の組織内浸透を図るため、本部職員及び一部海外現地職員を対象とした経営理念研修を行った。</li> <li>コーポレート・アイデンティティ構築のため、経営理念を端的に表すフレーズ「日本の魅力を、日本のチカラに。」をタグラインとして制定するとともに、新たな組織ロゴを制定し、本部事務所の移転にあわせ平成29年1月から使用を開始した。</li> <li>海外事務所評価を実施し、各海外事務所のパフォーマンスを定量的・定性的に把握し、予算や人員等の経営資源の配分</li> </ul>	<p>するとともに、新たな組織ロゴを制定し、使用を開始した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>新たな部の立ち上げを含む本部組織再編（平成29年4月施行）を決定し、関連規程類の改正及び人員配置等を含む準備を行った。</li> <li>訪日プロモーション事業の実施主体となってから2年目を終え、事業執行管理のための人員体制の強化、海外6事務所の開設、本部組織の再編準備等、訪日プロモーション事業の拡充・高度化及び円滑な組織運営のための確実な機能強化を図っていることから、自己評価評定はAとする。</li> </ul> <p>【課題と対応】 訪日プロモーション事業の拡充・高度化を図るため、予算や人員等の経営資源の配分を含めた円滑な組織運営について不断の見直しを行い、必要な機能強化を図る。</p>
---	--	---	---	---

					を行うとともに、海外事務所 の業務運営について適切に管理した。		
--	--	--	--	--	------------------------------------	--	--

4. その他参考情報							

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
2-2	業務運営の効率化		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報
効率化対象経費の効率化	毎年度平均で 1.25%以上	—	1.88%	4.06%	9.87%	7.22%		

中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣の評価
				業務実績	自己評価	
①効率化目標の設定等  運営費交付金を充当して行う業務については、今中期目標期間中、一般管理費（人件費、公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）及び業務経費（公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）の合計について、毎年度平均で前年度比 1.25%以上の効率化を行うものとする（ただし、新規に追加される業務、拡充業務は対象外）。 給与水準については、国家公務員の給与水準も十分考慮し、手当を含め役員給与の在り方について検証した上で、その適正化に取り組むとともに	①効率化目標の設定等  一般競争入札等の活用、業務執行方法の改善等を通じて、一般管理費の更なる削減と業務運営の効率化に努める。 運営費交付金を充当して行う業務については、今中期目標期間中、一般管理費（人件費、公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）及び業務経費（公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）の合計について、毎年度平均で前年度比 1.25%以上の効率化を行う（ただし、新規に追加される業務、拡充業務は対象外）。 ②調達等合理化の取	①効率化目標の設定等  一般競争入札等の活用、業務執行方法の改善等を通じて、一般管理費の更なる削減と業務運営の効率化に努める。 運営費交付金を充当して行う業務については、今中期目標期間中、一般管理費（人件費、公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）及び業務経費（公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）の合計について、毎年度平均で前年度比 1.25%以上の効率化を行う（ただし、新規に追加される業務、拡充業務は対象外）。 ②調達等合理化の取	<主な定量的指標> なし  <その他の指標> なし  <評価の視点> 運営費交付金を充当して行う業務については、一般管理費及び業務経費のうち効率化対象の合計について、毎年度平均で前年度比 1.25%以上の効率化を行っているか。 公正性・透明性を確保しつつ、自律的かつ継続的に調達等の合理化に取り組み、業務運営の効率化を図っているか。	<主要な業務実績> ① 効率化目標の設定等 訪日プロモーション事業等について、一般競争入札等の活用、業務執行方法の改善等を通じて、一般管理費（※1）及び業務経費（※2）の合計は、平成 24 年度に対して 28.88%の減となり、中期計画で定める毎年度平均の効率化比率は、7.22%の減となった。  （※1）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。 （※2）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。  ②調達等合理化の取組 「平成 28 年度調達等合理化計画」について、外部有識者及び監事から構成される契約監視委	<評定と根拠> 評定：B  効率化対象経費については、一般競争入札の活用、調達等合理化の取組等を通じて、中期計画で定める毎年度平均の効率化比率は、7.22%の減となり、目標である 1.25%を上回る効率化を行った。  調達等合理化の取組にあたっては、「独立行政法人における調達等合理化の取組の推進について」（平成 27 年 5 月 25 日総務大臣決定）を踏まえ、新たに平成 28 年度調達等合理化計画を策定し、計画に基づいた取組を行った。  平成 28 年度調達等合理化計画を踏まえた取組内容及び効果を検証した結果、公正性・透明性を確保しつつ調達の合理化に寄与するものとなったことから、その目的を達成したと認められた。	評価 B  <評定に至った理由> 効率化対象経費については、一般管理費の削減に向けて努力し、一般競争入札の実施や業務執行方法の改善等による効率化に努めた結果、毎年度平均で前年度比 9.87%の減額となり、毎年度平均の 1.25%以上の効率化の目標水準を満たしている。 さらに、平成 27 年度調達等合理化計画を踏まえた取組内容及び効果について検証した結果、公正性・透明性を確保しつつ調達の合理化に寄与するものとなっており、計画に基づいて着実な取組が行われている。また、計画の進捗状況について、平成 28 年 6 月に契約等監視委員会による点検を受け、問題ないと認められているところ。 以上の通り、業務運営の効率化に積極的に対応しており、目標の水準を満たしている。  <今後の課題> （実績に対する課題及び改善方策など） 今後とも訪日プロモーション予算規模の拡大が想定されるが、引き続き適正な入札・契約手続を進める必要がある。  <その他事項> （有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど）

<p>に、その検証結果や取組状況を公表するものとする。</p> <p>また、総人件費については、政府における総人件費削減の取組みを踏まえ、厳しく見直すものとする。</p> <p><b>②調達等合理化の取組</b></p> <p>「独立行政法人における調達等合理化の取組の推進について」(平成 27 年 5 月 25 日総務大臣決定)に基づく取組を着実に実施し、公正性・透明性を確保しつつ、自律的かつ継続的に調達等の合理化に取り組む。</p>	<p><b>組</b></p> <p>「独立行政法人における調達等合理化の取組の推進について」(平成 27 年 5 月 25 日総務大臣決定)に基づく取組を着実に実施し、公正性・透明性を確保しつつ、自律的かつ継続的に調達等の合理化に取り組む。</p>	<p><b>組</b></p> <p>「独立行政法人における調達等合理化の取組の推進について」(平成 27 年 5 月 25 日総務大臣決定)を踏まえ、公正性・透明性を確保しつつ、自律的かつ継続的に調達等の合理化に取り組むため、毎年度、「調達等合理化計画」を策定したうえで、実施及び評価を行い、次年度の調達等合理化計画への反映を行う。なお、計画の策定及び自己評価にあたっては、契約監視委員会による点検を受けるものとする。</p>		<p>員会の点検を受けて策定し、ホームページで公表した(平成 28 年 6 月)。</p> <p><b>【調達等合理化計画における重点的な取組分野と取組結果】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・企画競争の要件審査チェックリストの導入 要件審査のチェックリストを導入したことで要件審査の充実・迅速化が図られた(チェックリストにより要件審査を実施した件数 54 件)。</li> <li>・企画競争の一者応募の見直し 企画競争 169 件中、約 1/4 の 43 件が一者応募(前年は 118 件中、約 1/3 の 39 件が一者応募)。企画競争説明書を受け取りながら、応募しなかった者にアンケート調査を実施したところ、応募しなかった理由の約 7 割が自社都合及び自社では履行困難等、主に事業者側の理由によるものであった。他方、企画提案書の提出期限に余裕がなかったとの意見もあった(前年の 26%から 14%に減少)ことから、機構における審査の迅速化に取り組むこととした。</li> <li>・障害者就労施設等への優先調達 障害者就労施設等からの調達は、12 件 1,120 千円(前年 5 件、83 千円)となった。</li> </ul> <p><b>【調達に関するガバナンスの徹底】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・競争性のない随意契約を新たに締結した 45 件について、会計規程における「随意契約によることができる事由」との整合性について、監査室による独立した立場から</li> </ul>	<p>調達等合理化計画の取組に関する上記自己評価については、平成 29 年 6 月に契約等監視委員会による点検を受け、認められた。</p> <p>以上のことから、業務運営の効率化にあたり、目標の水準を満たしており、自己評価評価は B とする。</p> <p><b>【課題と対応】</b></p> <p>引き続き効率化対象経費の効率化目標の達成に取り組む。</p>	
--	---	--	--	---	---	--

				<p>の点検を実施した。</p> <p>・訪日プロモーション事業の一層の複雑化、専門化する調達業務に対応するため、バンコク及びシンガポール事務所及び海外へ赴任する職員を対象とした研修を実施した。</p> <p>平成 28 年度調達等合理化計画に関する上記取組内容及び効果について、契約監視委員会（平成 29 年 6 月）による点検を受け、認められた。</p>		
--	--	--	--	---	--	--

4. その他参考情報

--

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
2-3	関係機関との連携強化		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	X1年度 H25	X2年度 H26	X3年度 H27	X4年度 H28	X5年度 H29	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣の評価
				業務実績	自己評価	
<p>オールジャパンによる訪日プロモーションを実施するため、在外公館をはじめとする関係省庁・政府関係法人、インバウンドへの取組を強化する地方公共団体、日本ブランドを海外展開する経済界との連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制を構築する。</p>	<p>オールジャパンによる訪日プロモーションを実施するため、在外公館をはじめとする関係省庁・政府関係法人、インバウンドへの取組を強化する地方公共団体、日本ブランドを海外展開する経済界との連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制を構築する。</p>	<p>オールジャパンによる訪日プロモーションを実施するため、在外公館をはじめとする関係省庁・政府関係法人、インバウンドへの取組を強化する地方公共団体、日本ブランドを海外展開する経済界との連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制を構築する。</p> <p>「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」を踏まえ、国際協力機構、国際交流基金及び日本貿易振興機構の海外事務所と、事業の連携強化等を図るため、海外事務所の共用化又は近接化を進める。また、本部事務所については、国際交流基金との事業の連携強化等を図</p>	<p>&lt;主な定量的指標&gt; なし</p> <p>&lt;その他の指標&gt; なし</p> <p>&lt;評価の視点&gt; 在外公館をはじめとする関係省庁・政府関係法人、地方公共団体、経済界との連携を強化しているか。 国際協力機構、国際交流基金及び日本貿易振興機構の海外事務所と、海外事務所の共用化又は近接化を実現しているか。本部事務所については、工程表に基づき、国際交流基金との共用化に向けた準備を適切に行っているか。</p>	<p>&lt;主要な業務実績&gt; 以下の取組を通じて在外公館をはじめとする関係省庁・政府関係法人、地方公共団体、経済界との連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制の構築を図った。</p> <p>【在外公館等との連携】 在外公館、関係省庁、海外現地の関係機関、自治体、経済団体、海外進出企業等が、海外においてオールジャパン体制で連携し、外国人観光客の誘致を図る在外公館等連携事業を 22 件実施した。</p> <p>在外公館等連携事業の例： ・日本ポップカルチャーフェスティバル出展（モンゴル・ウランバートル、8月） 在モンゴル日本国大使館等と連携 ・日本祭り参加、現地旅</p>	<p>&lt;評定と根拠&gt; 評定：A</p> <p>・在外公館・他国政府観光局・民間事業者等との連携事業を積極的に推進し、民間の持つブランド力やノウハウ・ネットワークを活用した費用対効果の高い共同プロモーションや PR 事業を実施し、日本ブランドの確立と訪日旅行の PR に貢献した。</p> <p>・在外公館等との連携事業を 22 件実施したほか、官民連携事業については、事業アイデアを公募して、45 件の応募の中から、6 件のアイデアを事業化し、実施した。</p> <p>・フランス観光開発機構、英国政府観光庁等、他国政府観光局との情報交換を継続したほか、安倍内閣総理大臣ご臨席のもと、オーストラリア・シドニーで開催された日豪観光セミナー（平成 29 年 1 月）において、オーストラリア政府観光局と</p>	<p>評価 A</p> <p>&lt;評定に至った理由&gt; 在外公館をはじめとする関係省庁・政府関係法人、地方公共団体、経済界との積極的な連携を図り、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制を構築するとともに、在外公館連携事業や官民連携事業では、海外消費者等に対して、より訴求力の高いプロモーションの実施や海外に大きな影響力のある企業等と連携して事業を行った。</p> <p>・日本の在外公館や海外進出ネットワーク企業の等と連携する在外公館等連携事業を 22 件実施した。平成 28 年度については、メディア・旅行会社の招請事業の実施国を増やす等より海外消費者に訴求力のある事業を実施した。</p> <p>・民間企業等のネットワーク、ブランド力、ノウハウ等を活用する官民連携事業を 6 件実施した。平成 28 年度は、世界にネットワークを持つ海外メディアと連携して事業を実施する等より効果的な事業を実施した。</p> <p>・日豪観光セミナー（平成 29 年 1 月）において、オーストラリア政府観光局と日豪双方向の旅行需要拡大を目的とした協力覚書を締結した</p> <p>また、国際交流基金と機構の本部事務所共用化に関し、平成 26 年 8 月に作成した工程表に基づき、平成 28 年度中の共用化を達成（平成 29 年 1 月）したほか、国際交流基金と事業連携協定を締結し、各種事業における連携を一層促進した。</p>

		<p>るべく、本部事務所を共用化することを目標とし、工程表に基づいて適切な準備を行う。</p>		<p>行会社招請（ブラジル・サンパウロ及び日本各地、7月） 在ブラジル日本国大使館等と連携 ・国際観光展出展（イスラエル・テルアビブ、2月） 在イスラエル日本国大使館等と連携</p> <p><b>【官民連携】</b> 民間企業や団体等が有する海外ネットワーク、ブランド力、ノウハウ等を活用する事業アイデアを公募し、45件の応募の中から、6件のアイデアを官民連携事業として事業化し、実施した。</p> <p>官民連携事業の例： ・日本各地のアクティビティ等の情報発信を通じた訪日旅行促進事業 対象：全市場 実施時期：12月～3月、アウトドアジャパン等と連携</p> <p><b>【他国政府観光局との連携】</b> ・オーストラリア政府観光局との協力覚書締結&lt;新規&gt; 安倍内閣総理大臣ご臨席のもと、オーストラリア・シドニーで開催された日豪観光セミナー（平成29年1月）において、オーストラリア政府観光局と日豪双方向の旅行需要拡大を目的とした協力覚書を締結した。</p> <p>・英国政府観光庁やフランス観光開発機構とも、それぞれ相互協力を目的とした覚書（英国政府観光庁と平成26年9月締結）、日仏間観光協力に関する声明（フランス観光開発機構、観光庁と平成25年6月締結）に基づき、協議会やセミナ</p>	<p>日豪双方向の旅行需要拡大を目的とした協力覚書を締結した。</p> <p>・国内においては、迎賓館赤坂離宮本館を会場とした訪日旅行ビジネス交流会（11月）を開催し、訪日ビジネス拡大に向けた情報交換と交流を図った。迎賓館で一般客が参加するイベント開催は初めてであり、ユニークベニュー（歴史的建造物や文化施設など特別感を演出できる会場）活用のリーディングケースとなった。</p> <p>・関係省庁、地方公共団体、観光関連団体等の主催する会議、セミナー等に役職員を講師として積極的に派遣し、講師派遣件数は108件となったほか、省庁・自治体・民間企業が主催する観光関係の委員会等に役職員が委員等として就任し、協力・アドバイス等を行った。</p> <p>・「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」（平成25年12月24日閣議決定）を踏まえ、各海外事務所において、国際協力機構、国際交流基金、日本貿易振興機構の海外事務所と相互連携を行った。</p> <p>・新たに開設したハノイ事務所、クアラルンプール事務所、モスクワ事務所、マドリッド事務所については、上記関係機関との共用化・近接化を行った。</p> <p>・国際交流基金と機構の本部事務所共用化に関し、平成26年8月に作成した工程表に基づき、平成28年度中の共用化を達成（平成29年1月）したほか、国際交流基金と事業連携協定を締結し、各種事業連携を一層促進した。連携事例として、共同企画「日本語スタディ・ツアー」が実現し、平成29年3月までに9カ国から約500人の日本語を学ぶ中高生及</p>	<p>以上のとおり、関係機関との連携強化に積極的に対応しており、中期計画における所期の目標を上回る成果が得られていると認められる。</p> <p>&lt;今後の課題&gt; （実績に対する課題及び改善方策など） 訪日プロモーション事業の執行機関化を踏まえ、関係機関とのさらなる連携強化を進めるべきである。</p> <p>&lt;その他事項&gt; （有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど）</p>
--	--	---	--	---	--	--

				<p>一等の場を通じて、政府観光局としての経験やノウハウ共有を実施した。</p> <p>【訪日旅行ビジネス交流会の開催】&lt;新規&gt; 2020年に訪日外国人旅行者4000万人等という新たな目標に向けて、海外のメディア・旅行会社や国内関係者ら200人以上が参加するビジネス交流会を迎賓館赤坂離宮本館で開催した(11月)。迎賓館本館で一般客が参加するイベント開催は初めての試みであり、観光資源活用のリーディングケースとなった。</p> <p>【関係省庁、地方公共団体、観光関連団体等への講演協力】 関係省庁、地方公共団体、観光関連団体等の主催する会議、セミナー等に役職員を講師として派遣することを通じて、日本国内の関係者との連携を図った。積極的に講師派遣に取り組んだ結果、講師派遣件数は108件となった。</p> <p>【国際協力機構、国際交流基金、日本貿易振興機構の海外事務所との連携強化および施設の共用化】 ・「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」(平成25年12月24日閣議決定)を踏まえ、新たに開設したハノイ事務所、クアラルンプール事務所、モスクワ事務所が日本貿易振興機構等と共用化を行った。</p> <p>・本部事務所について、平成29年1月に国際交流基金が入居するビルへ移転し、共用化を開始した。共用化に先立ち、国際交流基金と相互連</p>	<p>び教師が来日し、日本各地で交流事業を行うなど、高い連携効果が得られた。</p> <p>・以上のことから、関係機関との連携強化について、目標を上回る取組状況にあり、期待以上の成果が上がっていると認められることから、自己評価評価はAとする。</p> <p>【課題と対応】 オールジャパン体制でインバウンドを促進するため、連携強化・深化に取り組む。</p>	
--	--	--	--	--	--	--

				<p>携に関する協定を締結（5月）し、事業連携を強化した。</p> <p>連携事例として、共同企画「日本語スタディ・ツアー」が実現し、平成29年3月までに9カ国から約500人の日本語を学ぶ中高生及び教師が来日し、日本各地で交流事業を行った。</p>		
--	--	--	--	--	--	--

4. その他参考情報						

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
2-4	内部統制の充実		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	X1年度 H25	X2年度 H26	X3年度 H27	X4年度 H28	X5年度 H29	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
<p>内部統制については、内部規程の整備、業務運営方針や組織・業務目標の明確化を行い、役職員による共有を図るとともに、定期的に業務実績や課題を整理し、外部有識者の意見も踏まえ、改善を行う。</p> <p>法令等については、職員等に対する周知を行い、機構全体の職員のコンプライアンスの更なる徹底を図る。特に、訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業の実施に当たっては、広く機会の平等を担保するとともに、特定の企業への利益誘導にならないよう留意する。また、内部監査を行い、監査結果に基づくフォローアップを適切に行う。</p> <p>「国民を守る情報セキュリティ戦略」等の政府方針を踏まえ、適切な情報セキュリ</p>	<p>内部統制については、内部規程の整備、業務運営方針や組織・業務目標の明確化を行い、役職員による共有を図るとともに、定期的に業務実績や課題を整理し、外部有識者の意見も踏まえ、改善を行う。</p> <p>法令等については、職員等に対する周知を行い、機構全体の職員のコンプライアンスの更なる徹底を図る。特に、訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業の実施に当たっては、広く機会の平等を担保するとともに、特定の企業への利益誘導にならないよう留意する。また、内部監査を行い、監査結果に基づくフォローアップを適切に行う。</p> <p>「国民を守る情報セキュリティ戦略」等の政府方針を踏まえ、適切な情報セキュリ</p>	<p>内部統制については、内部規程の整備、業務運営方針や組織・業務目標の明確化を行い、役職員による共有を図るとともに、定期的に業務実績や課題を整理し、改善を行う。また、外部有識者の意見を組織運営の改善に適切に反映させるための機会を設ける。</p> <p>法令等については、職員等に対する周知を行い、機構全体の職員のコンプライアンスの更なる徹底を図る。特に、訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業の実施に当たっては、広く機会の平等を担保するとともに、特定の企業への利益誘導にならないよう留意する。また、内部監査</p>	<p>&lt;主な定量的指標&gt; なし</p> <p>&lt;その他の指標&gt; なし</p> <p>&lt;評価の視点&gt; 法令に対応した内部規程の整備や業務運営方針の明確化を行い、役職員への周知及びコンプライアンスの徹底を図っているか。 情報セキュリティ対策を着実に推進しているか。</p>	<p>&lt;主要な業務実績&gt; 内部統制に関する以下の取組を実施した。</p> <p>【内部規程等の整備・周知、研修】 ・規程等については、制定・改正の都度、全役職員（海外事務所を含む）にメールで周知しているほか、海外事務所を含む役職員全員が常に閲覧・参照が可能な環境を整備している。</p> <p>・コンプライアンスの遵守については、就業規則に明確に規定するとともに、内部統制の推進に関する規程にコンプライアンス違反事案発生時の報告と対応について規定したほか、本部及び海外事務所の職員を対象としたオンラインのコンプライアンス研修を実施した。</p> <p>【内部統制委員会の開催】</p>	<p>&lt;評定と根拠&gt; 評定：B</p> <p>・規程等については、制定・改正の都度、全役職員（海外事務所を含む）にメールで周知しているほか、海外事務所を含む役職員全員が常に閲覧・参照が可能な環境を整備している。</p> <p>本部及び海外事務所の職員を対象としたオンラインコンプライアンス研修を実施し、コンプライアンスに対する意識の徹底を図った。</p> <p>・年度計画を踏まえた各部の業務運営方針を策定するとともに、四半期ごとに年度計画の実施状況を共有し、必要な改善に取り組んだ。</p> <p>・監事監査及び内部監査を実施し、指摘事項を踏まえ業務の改善に取り組んだ。監査室が監事監査を補佐</p>	<p>評定 B</p> <p>&lt;評定に至った理由&gt; 内部統制については、コンプライアンスの遵守徹底のために、就業規則に明確に規定するとともに、内部統制の推進に関する規程にコンプライアンス違反事案発生時の報告と対応について規定したほか、本部及び海外事務所の職員を対象としたオンラインのコンプライアンス研修を実施した。</p> <p>さらに、第2回外部有識者会議を開催し、内部統制を含む、組織運営に関する専門的・実務的なアドバイスを受け、その内容を業務に反映した。</p> <p>情報セキュリティに関し、研修や情報システム部門からの周知メール等を通じて役職員への注意喚起を促したほか、ネットワーク等における情報セキュリティ対策を実施した。</p> <p>以上の通り、内部統制の充実に積極的に対応しており、目標の水準を満たしている。</p> <p>&lt;今後の課題&gt; (実績に対する課題及び改善方策など) 引き続き、コンプライアンス遵守及び情報セキュリティ対策等一層徹底して取り組むべきである。</p>	

<p>ティ対策を推進する。</p>	<p>ティ対策を推進する。</p>	<p>を行い、監査結果に基づくフォローアップを適切に行う。 「国民を守る情報セキュリティ戦略」等の政府方針を踏まえ、適切な情報セキュリティ対策を推進する。</p>		<p>・業務方法書及び内部統制の推進に関する規程に基づき、内部統制委員会（平成 29 年 3 月）を開催し、各部門のリスクの認知と分析結果について審議し、リスクの評価と低減に向けた必要な取組を検証した。</p> <p>【経営理念、業務運営方針等の明確化】 平成 27 年度に策定した新たな経営理念及び行動指針に基づき、新たな組織ロゴ及びタグラインを決定し、平成 29 年 1 月より使用を開始した。また、経営理念推進プロジェクトチームが中心となり、経営理念の英語化、研修の実施等により、経営理念及び行動指針の組織内への浸透を図った。</p> <p>年度計画を踏まえ、各々が果たすべき役割を定めた業務運営方針を策定し、役職員に周知し、明確化を図った。また、年度計画の達成状況を四半期ごとに集約し、理事会へ報告することにより、達成阻害要因等のリスクを分析し、必要な対策を講じることで業務の改善を図った。</p> <p>【外部有識者会議の開催】 外部有識者により構成される第 2 回経営アドバイザリー委員会（平成 29 年 3 月）を開催した。内部統制を含む、組織運営に関する専門的・実務的なアドバイスを受け、その内容を業務に反映していくこととした。</p> <p>【訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業実施に当たっての留意】 訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業の実施に当たっては、訪日旅</p>	<p>するとともに、独立した立場から内部監査を実施した。</p> <p>・内部統制委員会を開催し、各部門のリスクの認知と分析結果について審議し、リスクの評価と低減に向けた取組を検証した。</p> <p>・第 2 回目の外部有識者会議を開催し、内部統制を含む、組織運営に関する専門的・実務的なアドバイスを受け、その内容を業務に反映することとした。</p> <p>・情報セキュリティに関し、研修や情報システム部門からの周知メール等を通じて役職員への注意喚起を促したほか、ネットワーク等における情報セキュリティ対策を実施した。</p> <p>・以上のことから、内部統制の充実に関して着実な取組を行っており、目標水準を十分満たしているとみられることから、自己評価評価は B とする。</p> <p>【課題と対応】 引き続き内部統制の徹底を図る。</p>	<p>&lt;その他事項&gt; (有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど)</p>
-------------------	-------------------	---	--	--	--	---

				<p>行促進事業実施要領（平成 27 年 4 月制定）に基づき、広く機会の平等を担保するとともに、特定の企業への利益誘導にならないよう留意した。</p> <p><b>【監事監査】</b>  監査室の専従職員が監査補助者として監査に加わり、以下の監事監査業務をサポートした。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・決算監査</li> <li>・業務監査</li> <li>・海外事務所現地監査（ソウル、シンガポール、ロンドン、フランクフルト、パリの 5 事務所）</li> <li>・保有個人情報の管理に関する監査</li> </ul> <p><b>【内部監査】</b>  監査室の専従職員が独立した立場で以下の監査を実施し、監査結果に基づくフォローアップを行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・本部監査</li> <li>・海外事務所現地監査（ジャカルタ、バンコク、ニューヨーク、ロサンゼルス、トロントの 5 事務所）</li> </ul> <p>上記両監査における指摘事項を踏まえ、業務改善に取り組んだ。</p> <p><b>【情報セキュリティ対策の推進】</b>  「国民を守る情報セキュリティ戦略」（平成 22 年 5 月 11 日情報セキュリティ政策会議決定）等の政府方針を踏まえ、研修や情報システム部門からの周知メール等を通じて情報セキュリティ面の各種注意喚起を行ったほか、PC やネットワーク稼働状況を常時監視する等、情報セキュリティ対策を実施した。</p>	
--	--	--	--	--	--



1. 当事務及び事業に関する基本情報			
2-5	戦略的な情報発信		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	X1年度 H25	X2年度 H26	X3年度 H27	X4年度 H28	X5年度 H29	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価						
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価
				業務実績	自己評価	
<p>国民への説明責任の徹底及び各事業の必要性・効率性等の評価に資する観点から、マーケティング情報や事業・活動の成果物等の公表の充実を図るとともに、保有資料・データの公開やホームページの内容の充実を図ること等により、情報発信を積極的に推進する。</p>	<p>機構の取組や業務成果を幅広く発信し、各事業の必要性・効率性等の評価に資するため、市場別プロモーション方針・事業計画概要、事業・活動の成果物等の公表の充実を図るとともに、統計・マーケティングデータ等保有資料・データの公開やウェブサイトの内容の充実を図ること等により、情報公開・発信を積極的に推進する。</p>	<p>機構の取組や業務成果を幅広く発信し、各事業の必要性・効率性等の評価に資するため、市場別プロモーション方針・事業計画概要、事業・活動の成果物等の公表の充実を図るとともに、統計・マーケティングデータ等保有資料・データの公開やウェブサイトの内容の充実を図ること等により、情報公開・発信を積極的に推進する。</p>	<p>&lt;主な定量的指標&gt; なし</p> <p>&lt;その他の指標&gt; なし</p> <p>&lt;評価の視点&gt; 機構の取組や業務成果を幅広く発信し、統計・マーケティングデータ等保有資料・データの公開やウェブサイトの内容の充実を図ること等により、情報公開・発信を積極的に推進しているか。</p>	<p>&lt;主要な業務実績&gt; 情報公開・発信の積極的な推進のため、以下の取組を行った。</p> <p>【機構の取組、業務成果の公開（ウェブサイト）】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市場別プロモーション方針</li> <li>・事業計画概要</li> <li>・業務実績報告書</li> </ul> <p>【統計・マーケティング情報等保有資料・データの公開】（再掲）（ウェブサイト）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・月別訪日外国人旅行者数等の統計発表（毎月）</li> <li>・市場別動向及び注目トピックス（毎月）</li> <li>・「訪日旅行データハンドブック 2016（世界 20 市場）」（出版物）</li> <li>・「日本の国際観光統計 2015 年」発行（平成 28 年 9 月）</li> <li>・「訪日旅行誘致ハンドブック 2017（欧米豪 9 市場編）」</li> </ul>	<p>&lt;評価と根拠&gt; 評価：B</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ウェブサイトにおける統計、マーケティングデータを活用したトピックス等の随時の更新と新規情報・資料の掲載に努めた結果、機構の日本語ウェブサイトのアクセス数は 2,402 万ページビュー（前年比 7.5%増）となり、情報発信の強化が図られた。</li> <li>・国内広報の取組を強化し、年間 75 件（前年実績 71 件）の報道発表を行ったほか、積極的に取材等に対応した結果、機構関連記事・番組が年間 2,961 件（前年比 6.7%減）掲載・報道され、機構のプレゼンス向上につながった。</li> <li>・以上により、戦略的な情報発信において、着実な取組が行われていることから、自己評価評価はBとする。</li> </ul>	<p>評価 B</p> <p>&lt;評価に至った理由&gt; 訪日外国人旅行者の増加に伴い、インバウンドへの関心の高まっていることから、機構は国内広報の取組の強化を行い、例えば、ウェブや報道発表等において情報の積極的な発信を行った。その結果、機構の日本語ウェブサイトのアクセス数は 2,402 万ページビュー（前年比 7.5%増）となり、報道発表については年間 75 件（前年 71 件）を行い、それが記事への掲載や番組の放映がされたことから、機構のプレゼンス向上につながった。</p> <p>以上の通り、戦略的な情報発信に積極的に取り組んでおり、目標の水準を満たしている。</p> <p>&lt;今後の課題&gt; (実績に対する課題及び改善方策など) 今後も社会におけるインバウンドへの関心の高まりに応え、充実した情報発信に努めることが重要である。</p> <p>&lt;その他事項&gt; (有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど)</p>

				<p>・「訪日旅行データハンドブック 2016（世界 20 市場）」</p> <p>・「2015 年国際会議統計」</p> <p><b>【ウェブサイトの充実】</b>  ウェブサイト内の「新着情報」、「報道発表」、「旅行博・セミナー」、「JNTO の活動報告」、「事業パートナーからのニュース」、統計発表等を随時更新し、新規情報・資料を掲載した結果、日本語ウェブサイトのアクセス数は 2,402 万ページビューとなり、前年比で 7.5%増加した。</p> <p><b>【国内広報の取組】</b>  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み、報道資料の発表に加え、テレビ・一般紙・旅行業界紙誌のインタビューへの対応、最新のマーケット動向や機構の活動状況について役職員の寄稿等を行った。</p> <p>報道発表件数：  75 件（前年度 71 件、前年比 5.6%増）  成果記事掲載数：  2,961 件（前年度 3,174 件、前年比 6.7%減）</p>	<p><b>【課題と対応】</b>  訪日プロモーション事業の実施を通じて得られるノウハウ、成果、マーケティング情報等を引き続き積極的に公表する。</p>
--	--	--	--	---	---

4. その他参考情報

--

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
3-1	自己収入の確保		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	X1年度 H25	X2年度 H26	X3年度 H27	X4年度 H28	X5年度 H29	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価						
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価
				業務実績	自己評価	
<p>事業パートナーに対する質の高いサービスの提供や連携の拡大、新たな事業パートナーの開拓等により、自己収入の拡大に向けた取組を行う。</p> <p>毎年の運営費交付金額の算定については、運営費交付金債務残高の発生状況にも留意した上で、厳格に行う。</p>	<p>海外事務所を活用した市場動向の情報提供、個別相談会の開催等事業パートナー等を対象とする事業等の強化・拡大やビジット・ジャパン事業の実施に当たっての支援、国際会議の誘致・開催の支援等を通じて、事業パートナーとの連携を強化し、顧客満足度を高めることにより、地方自治体、民間事業者等からの賛助金・会費等の維持・増加に努めるとともに、賛助団体・会員等の増加による収入の増加を図る。また、機構のノウハウを活かした受託業務等にも積極的に取り組み、収入増を図る。</p>	<p>海外事務所を活用した市場動向の情報提供、インバウンド旅行振興フォーラムの開催等事業パートナー等を対象とする事業等の強化・拡大やビジット・ジャパン事業の実施に当たっての支援、国際会議の開催・誘致の支援等を通じて、事業パートナーとの連携を強化し、顧客満足度を高めることにより、地方自治体、民間事業者等からの賛助金・会費等の維持・増加に努めるとともに、賛助団体・会員等の増加による収入の増加を図る。また、機構のノウハウを活かした受託業務等にも積極的に取り組み、収入増を図る。</p>	<p>&lt;主な定量的指標&gt; なし</p> <p>&lt;その他の指標&gt; なし</p> <p>&lt;評価の視点&gt; 事業パートナーとの連携を強化し、顧客満足度を高めることにより、地方自治体、民間事業者等からの賛助金・会費等の維持・増加に努め、賛助団体・会員等の増加による収入の増加を図っているか。</p> <p>機構のノウハウを活かした受託業務等にも積極的に取り組み、収入増を図っているか。</p>	<p>&lt;主要な業務実績&gt; 以下の取組等を通じて、自己収入拡大に努めた。</p> <p>【賛助団体・会員への取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・本部・海外事務所を挙げて勧誘活動を行った結果、賛助団体として19団体、会員として59団体が新たに加入した。</li> <li>・他方、財政事情等の理由により、賛助団体6団体、会員18団体が退会した。</li> <li>・この結果、賛助団体243団体、会員308団体となり、前年度末に比べて賛助団体数は13団体、会員数は41団体増加した。賛助団体と会員の合計では、551団体となり、過去最多となった。</li> </ul> <p>賛助団体数 平成27年度末 230団体 平成28年度末 243団体 (前年比 5.7%増)</p>	<p>&lt;評定と根拠&gt; 評定：B</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業パートナーの顧客満足度を高め、各地の地方公共団体、観光業界以外の業種も含め、広く賛助団体・会員拡大による自己収入の確保を進め、賛助団体・会員数は過去最多の551団体(前年比10.9%増)となり、賛助金・会費収入の拡大(前年比8.0%増)につながった。</li> <li>・その他の収益事業として、機構のウェブサイトを活用したウェブマガジン記事広告事業により、地方の観光魅力、民間企業の外国人観光客向けサービスや商品等の特集した情報発信を行い、78百万円(前年比20.0%増)の収入をあげた。</li> <li>・また、機構のノウハウを活かした受託事業として、海外での観光セミナーの開催支援、旅行会社・メディア招聘支援、海外プロモーションに関する有料コンサルテ</li> </ul>	<p>評定 <b>A</b></p> <p>&lt;評定に至った理由&gt; 機構は、自己収入の確保を図るため、積極的な勧誘活動及び賛助団体・会員に対するサービスの向上を実施した結果、賛助団体・会員数は前年の492団体から551団体と大幅に増加し、過去最多となった。それに伴い賛助金及び会費収入は約3億600万円(対前年比8.0%増)に達した。</p> <p>機構のノウハウを活かした事業については、外国語サイトのマンスリーウェブマガジンへの有料広告が過去最高となる約7,800万円(対前年比20.0%増)の収入を上げたほか、賛助団体・会員の事業実施支援(受託事業)が41件約780万円の収入、英文地図の有償提供等印刷物関連事業では約870万円の収入を上げた。</p> <p>その結果、賛助金等収入及び事業収入として、平成28年度は約6億8,800万円(対前年比、5.5%増)の収入となった。</p> <p>以上の通り、自己収入の確保に積極的に対応しており、賛助金及び会費収入が初めて3億円を超える等、中期計画における所期の目標を上回る成果が得られていると認められる。</p> <p>&lt;今後の課題&gt; (実績に対する課題及び改善方策など) 引き続き自己収入の拡大に努めるとともに、海外プロモーション</p>

					<p>会員数 平成 27 年度末 267 団体 平成 28 年度末 308 団体 (前年比 15.4%増)</p> <p>合計 平成 27 年度末 497 団体 平成 28 年度末 551 団体 (前年比 10.9%増)</p> <p>・平成 28 年度の賛助金・会費収入は、306 百万円 (前年比 23 百万円増、同 8.0%増) となった。</p> <p>・賛助団体・会員を主な対象として、インバウンド旅行振興フォーラムを 9 月と 2 月に開催した。インバウンド旅行振興フォーラムでは、セミナー形式で海外の主要訪日旅行市場の最新情報を提供したほか、機構の各海外事務所長等との事前アポイントメント制による個別相談の実施、賛助団体・会員相互の情報交換・交流を図る BtoB デスクの設置、会員主催ランチョンセミナーのプログラム化等を通じて、インバウンドビジネスの促進を図った。</p> <p>【ウェブを活用した収益事業の推進】 ・JNTO ウェブサイトのマンスリーウェブマガジンへの有料記事広告掲載サービスにより、41 件 (前年比 8 件増、同 24.2%増) の記事制作・掲載を行い、過去最高となる 78 百万円 (前年比 13 百万円増、同 20.0%増) の収入をあげた。</p> <p>【機構のノウハウを生かした受託事業】 ・賛助団体・会員及びその他団体からの委託を受け、海外での観光セミナー開催支援や、海外の旅行会社・メディア招請支援を受託業務として 26 件実施し、合計 4.1 百</p>	<p>ィング、外国人旅行者向け英文地図の有償販売等にも取り組み、自己収入の多様化及び拡大に努めた。</p> <p>・上記の取組等の結果、賛助金等収入及び事業収入の合計は、688 百万円 (前年比 36 百万円増、同 5.5%増)、となり、着実に自己収入の拡大を実現していることから、自己評価評定は B とする。</p> <p>【課題と対応】 引き続き自己収入の拡大に努める。</p>	<p>に関する有料コンサルティングなど積極的に取り組むべきである。</p> <p>&lt;その他事項&gt; (有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど) 賛助金及び会費収入が初めて 3 億円を超える等機構は自己収入の拡大に積極的に努めているため、高い評価を与えるべきではないか。</p>
--	--	--	--	--	--	---	--

				<p>万円の収入をあげた。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・さらに海外プロモーションコンサルティング事業を受託し、3件 21 百万円の収入をあげた。</li> <li>・民間事業者等からの需要が多い英文地図の有償提供、地域の外国語観光宣伝印刷物の受託制作に取り組み、印刷物有償提供により、8.7 百万円の収入をあげた。</li> </ul> <p>上記の取組等の結果、賛助金等収入及び事業収入として、688 百万円（前年比 36 百万円増、同 5.5%増）の収入をあげた。</p>		
--	--	--	--	--	--	--

4. その他参考情報

--

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
4-1	人事に関する計画		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	X1年度 H25	X2年度 H26	X3年度 H27	X4年度 H28	X5年度 H29	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価						
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価
				業務実績	自己評価	
なし	<p>上記目標の達成に向けて、効率的かつ効果的な業務運営を行うための人材確保、人材育成を着実に実施する。</p> <p>プロパー職員を中核とした体制を構築するため、語学を始めとする専門能力をもった職員の採用・育成に努め、プロパー職員が機構の中核として担うべき役割を的確に果たすことのできる体制を構築する。また、プロパー職員の育成とあわせて外部からの有能な人材の登用を行う。</p> <p>職員個々の能力と実績に基づいた適切な人事評価を実施し、適材適所の人事配置を行う。現地採用職員についても、事務所所在国の人事・労務に係る法令・慣行に配慮しつつ、可能な限り人事評価を実施する。</p>	<p>上記目標の達成に向けて、効果的かつ効率的な業務運営を行うための人員体制を強化すべく、人材確保、人材育成を着実に実施する。</p> <p>プロパー職員を中核とした体制を構築するため、語学を始めとする専門能力をもった職員の採用・育成に努め、プロパー職員が機構の中核として担うべき役割を的確に果たすことのできる体制を構築する。また、プロパー職員の育成とあわせて外部からの有能な人材の登用を行う。</p> <p>職員個々の能力と実績に基づいた適切な人事評価を実施し、適材適所の人事配置を行う。現地採用職員についても、</p>	<p>&lt;主な定量的指標&gt; なし</p> <p>&lt;その他の指標&gt; なし</p> <p>&lt;評価の視点&gt; 効果的かつ効率的な業務運営を行うための人員体制を強化すべく、人材確保、人材育成を着実に実施しているか。 給与水準については、国家公務員の給与水準も考慮し、給与水準の適正化に取り組んでいるか。</p>	<p>&lt;主要な業務実績&gt; 【効果的かつ効率的な業務運営を行うための人材確保】 プロパー職員を中核とした体制強化のため、国内外で各種事業・事務に従事する総合職職員として、平成 28 年度の新卒採用として 8 人を採用したほか、業務経験を有した者 13 人を中途採用し、うち 6 人が平成 28 年度中に勤務を開始する等、訪日プロモーション事業の執行機関の体制整備を行った。</p> <p>【人事評価の実施と適材適所の人事配置】 全職員を対象とした人事評価制度により、能力評価及び業績評価を区分し、各職員の能力及び業績を適切に評価し、その結果を昇給・昇格及び勤勉手当支給の処遇に反映した。また人事配置にあつては、個々職員の志向、能力、適性から、</p>	<p>&lt;評価と根拠&gt; 評価：B</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・訪日プロモーション事業の執行機関化に向け、効果的・効率的な業務運営を行うため、新卒採用者（6人）及び中途採用者（8人）が平成 27 年度中に勤務を開始したほか、全海外事務所において現地職員を増員するなど、人員体制の強化を図った。</li> <li>・プロパー職員を中核とした体制を構築するため、業務遂行に必要な知識・スキルを習得する機会を拡充すべく、目的・テーマ別研修等（奨学金を含む）を実施し、職員の能力開発・向上を図った。海外事務所の現地採用職員を対象とした本部研修を初めて実施する等、海外事務所の職員を含めた人材育成を行った。</li> <li>・全職員を対象とした人事評価制度を運用し、各職員の能力及び業績を評価し、</li> </ul>	<p>評価 B</p> <p>&lt;評価に至った理由&gt; 訪日プロモーション事業の執行機関化が本格的に開始された平成 28 年度は新卒採用の 8 人、中途採用の 13 人が新たに業務に従事するとともに、全海外事務所においても現地採用職員の増員に取り組む等人員体制の強化を図った。</p> <p>全職員を対象とした人事評価制度を運用し、各職員の能力及び業績を評価してその結果を処遇に反映した他、業務遂行に必要な知識・スキルを習得する機会を拡充すべく、目的・テーマ別研修等（奨学金を含む）を実施し、職員の能力開発・向上を支援した。海外事務所の現地採用職員に対しても人事評価を行い、成績優秀者に対しては処遇に反映した。</p> <p>さらに、顕著な功績のあった職員を表彰する職員顕彰制度を実施し、職員の意欲の向上等を図った。</p> <p>平成 28 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）地域・学歴勘案で 93.7 となり、100 を下回った。</p> <p>以上の通り、人事に関する計画を着実に実行しており、目標水準を満たしている。</p> <p>&lt;今後の課題&gt; (実績に対する課題及び改善方策など)</p>

	<p>本部採用職員に対しては、海外事務所勤務を含め様々な業務を経験できるようキャリア形成に配慮した人事異動を行い、OJTや内外の研修等も活用し、職員の意欲向上と能力開発を図る。また、現地採用職員に対しては、その能力・意欲に合わせた処遇の改善を行い、業務への取組意欲の向上を図るとともに、一層の活用を進める。</p> <p>給与水準については、国家公務員の給与水準も十分に考慮し、引き続き手当を含め役職員給与の在り方について検証した上で、これを維持する合理的理由がない場合には給与水準の適正化に取り組むとともに、その検証結果や取組状況を公表する。また、総人件費については、政府における総人件費削減の取組を踏まえ、厳しく見直す。</p>	<p>事務所所在国の人事・労務に係る法令・慣行に配慮しつつ、可能な限り人事評価を実施する。</p> <p>本部採用職員に対しては、海外事務所勤務を含め様々な業務を経験できるようキャリア形成に配慮した人事異動を行い、OJTや内外の研修等も活用し、職員の意欲向上と能力開発を図る。また、現地採用職員に対しては、その能力・意欲に合わせた処遇の改善を行い、業務への取組意欲の向上を図るとともに、一層の活用を進める。</p> <p>給与水準については、国家公務員の給与水準も十分に考慮し、引き続き手当を含め役職員給与の在り方について検証した上で、これを維持する合理的理由がない場合には給与水準の適正化に取り組むとともに、その検証結果や取組状況を公表する。また、総人件費については、政府における総人件費削減の取組を踏まえ、厳しく見直す。</p>		<p>職務経験も加味した上で、専門分野を見極め、当該専門性の維持等に配慮した人事運用を行った。</p> <p>平成 28 年度に海外 6 事務所を開設し、各事務所へ派遣職員を配置した。</p> <p>海外事務所の現地採用職員についても人事評価を行い、成績が優秀な者には特別手当を支給する等処遇に反映させた。</p> <p>【職員の意欲の向上と能力開発】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>本部採用のプロパー職員に対しては、キャリア形成に配慮した人事異動を行うとともに、業務遂行に必要な知識・スキルを習得する機会を拡充すべく、目的・テーマ別研修等（奨学金を含む）を実施し、職員の能力開発・向上を支援した。</li> </ul> <p>顕著な功績のあった職員を顕彰することにより、職員の積極的な創意工夫を促し、業務実績と意欲の向上に資することを目的として、平成 27 年度に顕著な功績をあげた職員及びチーム（海外現地職員含む）5 件を平成 28 年度に表彰した。</p> <p>【給与水準の適正化等】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>平成 28 年度のラスパイレース指数（国家公務員と比較した給与水準）は 111.7、地域と学歴を勘案した国家公務員との比較では 93.7 となった。年齢のみを勘案した対国家公務員指数は 100 を超えているが、機構は地方組織がなく、職員の約 9 割が大卒・大学院卒であり、地域と学歴を勘案した指数は平成 28 年度も</li> </ul>	<p>その結果を処遇に反映した。またキャリア形成に配慮した人事配置を行い、個々職員の志向、能力、適性から、職務経験も加味した上で、専門性の維持等に配慮した人事運用を行った。海外事務所の現地採用職員についても人事評価を行い、成績が優秀な者には処遇に反映させた。さらに、職員顕彰制度により、顕著な功績のあった職員を表彰し、職員の業務実績と意欲の向上・改善を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>平成 28 年度のラスパイレース指数（国家公務員と比較した給与水準）は 111.7、地域と学歴を勘案した国家公務員との比較では、100 を下回る 93.7（前年比 3.0 ポイント増）となった。</li> <li>以上のことから、人事に関する計画を着実に実行しており、目標水準を十分満たしているとみられることから、自己評価評定は B とする。</li> </ul> <p>【課題と対応】</p> <p>効果的かつ効率的な業務運営を行うための人員体制を整備しつつ、職員の能力向上・育成に努める。また、給与水準及び総人件費を適切に管理する。</p>	<p>&lt;その他事項&gt;</p> <p>（有識者からの意見聴取等を行った場合には意見を記載するなど）</p>
--	--	--	--	---	--	--

				<p>100を下回った。職員の給与については、引き続き国に準じて適正な水準の維持が図られるよう、適切な措置を講じていく。</p> <p>・報酬・給与への業務実績・勤務成績の反映方法として、役員報酬に関しては、期末特別手当に対し国土交通省独立行政法人評価委員会が行う業績評価の結果を参考にして、役員の実績に応じ決定した。職員に関しては、人事評価制度による厳正な人事評価を行い、評価結果を職員の昇給等の処遇に反映させた。</p> <p>・「一般職の職員の給与に関する法律の一部を改正する法律」に基づく国家公務員の給与の見直し内容を踏まえ、俸給表の改定及び役職員の12月賞与の支給率の改定を行うとともに、平成26年度の人事院勧告を踏まえ、特別都市手当（国家公務員の地域手当に相当）を改定した。</p>		
--	--	--	--	---	--	--

4. その他参考情報

--