

独立行政法人 国際観光振興機構の見直し

平成29年8月25日

国土交通省

第1 基本的な考え方

独立行政法人国際観光振興機構（以下「機構」という。）は、訪日外国人旅行者を誘致するために日本の魅力の海外発信等を行う訪日プロモーション業務、外国人案内所の整備支援等を行う国内受入環境整備支援業務、MICE（注1）誘致のための情報発信等を行う国際会議等の誘致・開催支援業務等インバウンド（訪日外国人旅行）の拡大に向けた取組において中核的な役割を果たし、訪日プロモーション事業等の実施主体として観光先進国の実現に向けて貢献することが求められている。

また、「明日の日本を支える観光ビジョン」（平成28年3月30日決定）（以下、「観光ビジョン」という）及び「観光立国推進基本計画」（平成29年3月28日閣議決定）（以下、「基本計画」という）に定められた訪日外国人旅行者2020年4000万人、2030年6000万人等の政府目標の達成のために、訪日プロモーションの戦略的高度化、MICE誘致・開催の支援体制の抜本的な改善等の施策が掲げられており、その実施のためには、機構の業務の高度化及び体制の強化が必要である。

機構の業務及び組織については、国の政策を実現するための実施機関として法人の政策実施機能の最大化を図るため、独立行政法人として真に担うべき事務及び事業に特化し、業務運営の効率性、自律性及び質の向上を図るとともに、国の財政支出の効率化にもつながるよう、以下の見直しを行う。

（注1）MICE とは、Meeting（企業会議）、Incentive（企業の報奨・研修旅行）、Convention（国際会議）、Exhibition/Event（展示会・イベント）の総称

第2 事務及び事業の見直し

1. 訪日プロモーション業務

「観光ビジョン」等の政府方針を踏まえ、国別戦略に基づくプロモーションの徹底、デジタルマーケティングの本格導入や戦略的誘客の実現に向けた体制強化を実施することで、機構が行う訪日プロモーションの戦略的高度化を図る。

(1) 国別戦略に基づくプロモーションの徹底

訪日プロモーション重点20市場毎に国別戦略を設定した上で、機構は、国毎のターゲット層の設定、最新旅行トレンドの把握・反映することにより、国別にきめ細かなプロモーションを実施することとする。また、欧米豪旅行者の旅行意欲をかき立てる魅力的なコンテンツを発掘し、インターネットなどの様々なツールを駆使して発信することにより、旅行先として魅力的な日本を認知・認識させ、訪日無関心層を取り込むプロモーションを実施していく。

【上記の措置を講ずる理由】

「観光ビジョン」において定められた2020年4000万人等の政府目標の着実な実現のためには、海外現地の目線に基づく日本の観光魅力の発信等機構が実施する訪日プロモーションの事業効果を更に高めていく必要がある。そのためには、国毎に明確な目標を設定し、事業成果の厳格な管理・PDCAサイクル化を更に推進していくとともに、各国の状況に精通している外国人有識者の助言等により、現地目線のきめ細かなプロモーションを推進していく必要がある。

また、欧米豪からの訪日旅行者は、滞在期間が長く、旅行消費額も多いため、欧米豪市場へのプロモーションを強化することで、新たな市場を開拓し、訪日外国人旅行者数及び訪日外国人旅行消費額を増加させていく必要がある。

(2) デジタルマーケティングの本格導入

機構は、デジタルマーケティングの専任部署の新設・ICT専門人材を配置することにより、科学的マーケティングの実施や、外国人視点によるウェブサイト等のコンテンツの充実を進める。

【上記の措置を講ずる理由】

現在、訪日外国人旅行者の旅行に関する主要な情報収集の手段がウェブサイトや SNS に移行していることから、更なる誘客の促進のためには、外国人の視点に基づく魅力的なコンテンツ等が掲載されているウェブサイト等を構築する必要がある。また、訪日外国人の移動履歴等ビッグデータの解析により外国人旅行トレンドを把握する等データ分析に基づくデジタルマーケティングを実施することが重要である。

また、これらの実施体制の強化のために、デジタルマーケティングの専任部署の新設・ICT 専門人材の採用を積極的に進めていく必要がある。

(3) 戦略的誘客の実現に向けた体制強化

機構は、海外現地目線の訪日プロモーションを推進するため、本部・海外事務所においてマーケティングなどの専門人材を配置し、より効果的な訪日外国人旅行者の誘客を行うための体制を構築する。また、海外における現地関係者や民間企業との連携を強化することにより、オールジャパン体制での誘客を図っていく。

さらに、機構は、地方自治体・DMO（注2）との連携の促進や地方支援を専任とする部署の設置による体制強化により、地方が行うプロモーションの質の向上を図る。

（注2）DMO（Destination Management/Marketing Organization）とは、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人

【上記の措置を講ずる理由】

「観光ビジョン」において定められた2020年4000万人等の政府目標を着実に実現するには、海外現地目線による訪日プロモーションの推進が必要であり、そのためには海外でマーケティングの経験をした人材等の採用を積極的に図る等機構の体制強化が必要である。また、機構は、海外現地の効果的なプロモーションの推進のため、関係機関、民間企業等関係者との連携を図り、これらの関係者が幅広く参加する「訪日旅行促進プラットフォーム」の設置を行う等オールジャパン体制を構築する必要がある。

さらに、「観光ビジョン」では、地方部への訪日外国人延べ宿泊者数を2020年7000万人泊、2030年1億3000万人泊の目標が定められており、地方への訪日外国人旅行者の誘客を図ることが重要である。

2. 国内受入環境整備支援事業

通訳案内士法（昭和24年法律第210号）は、通訳案内士の業務独占規制を廃止し、名称独占のみ存続する等の法改正を行ったところ。この法改正を受け、全国通訳案内士試験について、実務を加える等の試験科目・内容の見直しを行うこととなっており、機構は、新たな制度の元で更なる事務の効率化等を図りながら、試験業務等を実施することとする。

また、観光案内所の整備支援については、観光案内所の更なる質の向上を図るため、観光案内所間のネットワーク・連携の拡充やICT技術等の活用による多言語対応等の案内機能の強化を図る。さらに、多様な業態への制度周知を行い、認定案内所の増加を促進する。

ツーリスト・インフォメーション・センター（TIC）については、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。

【上記の措置を講ずる理由】

通訳案内士法（昭和24年法律第210号）の改正により、訪日外国人旅行者の増加とニーズの多様化に対応するため、通訳案内士の業務独占規制を廃止し、名称独占のみ存続することとなった。一方で、通訳案内士の質の向上を図るために、全国通訳案内士試験について、通訳案内実務を科目に加える等試験科目の見直しや通訳案内士の定期研修の義務づけを行うため、機構は法改正に即した対応をする必要がある。また、機構は、受験者の数の増加や試験業務の効率化に努めてきたが、新たな制度の元で安定的に実施していくためには、試験事務の更なる効率化等を推進する必要がある。

また、「基本計画」においてさらなる訪日外国人旅行者の地方誘客の推進のためには、案内機能の質の向上と案内所の増加が求められていることから、外国人観光案内所の認定制度を通じた整備支援を推進する必要がある。

3. 国際会議等の誘致・開催支援業務

「明日の日本を支える観光ビジョン」において定められた訪日外国人旅行消費額

2020年8兆円、2030年15兆円の達成のためには、質の高いビジネス客が多く来訪するMICE誘致の促進が必要である。そのため、機構は、MICE誘致のための情報発信や国内の誘致関係者への支援・連携機能等の強化を行い、MICE誘致の促進を図る。また、機構は、MICE分野のプロモーション・誘致機能の向上のため、海外事務所及び本部の体制強化を行う。

【上記の措置を講ずる理由】

「観光立国推進基本計画」において、アジア主要国における国際会議の開催件数に占める割合を3割とし、アジア最大の国際会議開催国となる目標が設定されているところ。しかしながら、現在、海外競合国の誘致力の高まりにより、国際的なMICE誘致競争が激化していることから、我が国の国際競争力の強化が喫緊の課題となっている。このような状況から、観光庁、機構及び各都市のコンベンションビューローの役割分担を明確にした上で、機構においては、その体制強化・グローバルレベルでのプロモーション・誘致活動の強化・専門的な人材育成の推進等に早急に取り組んでいく必要があるため。

また、機構の次期中期目標及び計画の策定にあたっては、上記第2の機構が実施する業務に関して、第三期中期目標期間の達成状況を勘案して、適切な目標の設定を行う。

第3 組織の見直し

(1) 組織形態の見直し

機構は、訪日外国人旅行者を誘致するために日本の魅力の海外発信等を行う訪日プロモーション業務、外国人案内所の整備支援等を行う国内受入環境整備支援業務、MICE誘致のための情報発信等を行う国際会議等の誘致・開催支援業務等インバウンド（訪日外国人旅行）の拡大に向けた取組において中核的な役割を果たしており、現在の組織形態を維持する。

(2) 組織体制の整備

観光ビジョンにおいて定められた訪日外国人旅行者 2020 年 4000 万人、2030 年 6000 万人等の目標の達成に向け、ICT やマーケティングの専門人材の採用の推進、地方へのインバウンド推進強化等訪日プロモーションの戦略的高度化等を図るため、必要な機構の組織体制の強化を行う。

第4 その他（業務全般に関する見直し）

上記第2及び第3に加え、以下の取組を行う。

1. 業務運営体制の整備

（1）管理運営の効率化

これまで、各業務の見直しを実施し、効率的な業務体制を整備してきたところであるが、理事長のリーダーシップのもと、自主的・戦略的な業務運営を行い、最大限に成果を上げていくため、引き続き、効率的な運営体制の確保、管理業務の簡素化等に努める。

（2）内部統制の向上

機構は、訪日プロモーションの執行機関化に伴う業務の拡大のため、本部の組織改編、海外事務所 6 カ所の新設等組織が拡大しており、適切な業務運営のためには、コンプライアンス遵守の更なる徹底等内部統制の強化は重要である。そのため、機構は、理事長のリーダーシップのもと、内部統制委員会での検証や外部有識者の助言による業務の改善等の取組みを更に進めることにより、内部統制システムの充実を図る。また、海外事務所を含め、監事監査及び内部監査を適切に行っていくことにより、監査機能の実効性の向上に努める。

（3）情報セキュリティ対策

「サイバーセキュリティ戦略」（平成 27 年 9 月 4 日閣議決定）等の政府方針を踏まえ、引き続き、サイバー攻撃等の脅威への対処に万全を期するとともに、保有個人情報の保護を含む適切な情報セキュリティ対策を推進する。

2. 財務内容の改善

(1) 自己収入の増大

機構は、地方公共団体、民間事業者等からの賛助金・会費等の増加による収入の増加を図るとともに、ノウハウを活かした受託業務に積極的に取り組む。

(2) 調達合理化

「独立行政法人における調達等合理化の取組推進について」（平成27年5月25日総務大臣決定）等を踏まえ、引き続き、公正かつ透明な調達手続きによる適切で迅速かつ効果的な調達を実現する観点から、機構内の推進体制を整備し、契約監視委員会を活用するとともに、毎年度「調達合理化計画」を策定・公表し、年度終了後、実施状況について、評価・公表を行う。

また、一般競争入札を原則としつつも、随意契約によることができる事由を会計規程等において明確化し、公正性・透明性に確保しつつ合理的な調達を実施する。

(3) 給与水準の適正化

「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、引き続き、給与水準については法人の事務・事業の特性等を踏まえた柔軟な取扱いを可能とするとともに、透明性の向上や説明責任の一層の確保が重要であることに鑑み、給与水準及び妥当性の検証結果を毎年度公表する。

(4) 中期計画予算の作成

予算の適切な執行を行い、効率的な運営を図るため、引き続き、運営費交付金を充当して行う事業について、中期計画の予算を適切に作成し、予算の計画的な執行を図る。

上記1(1)～2(4)のほか、既往の閣議決定等に示された政府方針に基づく取組について、着実に実施する。