

様式 1-2-1 中期目標管理法 中期目標期間評価 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	
評価対象中期目標期間	見込評価（中期目標期間実績評価）	第三期中期目標期間（最終年度の実績見込を含む。）
	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 日向 弘基
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
平成 30 年 7 月 10 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。 平成 30 年 6 月 26 日に外部有識者 1 名より意見聴取を行った。

4. その他評価に関する重要事項
特になし

様式 1-2-2 中期目標管理法 中期目標期間評価 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：見込評価) ※期間実績評価時に使用
評価に至った理由	項目別評価は業務の一部が S 評価、全般的には A 評価が多くを占めており、また全体の評価を引き下げる事象もなかったため、評価基準に基づき A とした。	

2. 法人全体に対する評価	
法人全体の評価	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、平成 29 年は過去最高の訪日客数 2,869 万人（対前年比約 19%増）の達成に大きく貢献した。また、平成 27 年度より、機構が主体となって訪日プロモーション事業を行うとともに、プロモーション事業の高度化にあわせ、海外事務所の新設や本部組織の再編等効率的かつ効果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。
全体の評価を行う上で特に考慮すべき事項	特に全体の評価に影響を与える事象は無かった。

3. 課題、改善事項など	
項目別評価で指摘した課題、改善事項	該当なし
その他改善事項	該当なし
主務大臣による改善命令を検討すべき事項	該当なし

4. その他事項	
監事等からの意見	特になし
その他特記事項	特になし

様式 1-2-3 中期目標管理法 中期目標期間評価 項目別評価総括表様式

中期目標	年度評価					中期目標期間評価		項目別調 書No.	備考欄
	H25 年度	H 26 年度	H 27 年度	H 28 年度	H 29 年度	見込 評価	期間実 績評価		
I. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項									
(1) 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	A	B	S	A	A	A	A	1-1-1	
② 訪日外国人旅行者 誘致のための業務	—	—	—	—	—	—	—	1-1-2	
ア多様なメディアを活 用した日本の観光魅力 の発信	A	SO	AO	AO	SO	AO	AO	1-1-2-1	
イ訪日旅行商品の造 成・販売支援	A	SO	SO	SO	AO	SO	SO	1-1-2-2	
(2) 国内受入環境整備支 援業務									
① 観光案内所の整備 支援業務	B	A	A	A	B	A	A	1-2-1	
③ 通訳案内士試験業 務	C	B	B	C	C	C	C	1-2-2	
(3) 国際会議等の誘致・ 開催支援業務	B	A	S	A	S	A	A	1-3	
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	—	—	—	—	—	—	—		

※重要度を「高」と設定している項目については各評語の横に「○」を付す。

難易度を「高」と設定している項目については各評語に下線を引く。

中期目標	年度評価					中期目標期間評価		項目別調 書No.	備考欄
	H25 年度	H 26 年度	H 27 年度	H 28 年度	H 29 年度	見込 評価	期間実 績評価		
II. 業務運営の効率化に関する事項									
(1) 組織運営の効率化	B	<u>A</u>	A	A	A	A	A	2-1	
(2) 業務運営の効率化	B	B	B	B	C	B	B	2-2	
(3) 関係機関との連携強 化	B	B	B	A	B	B	B	2-3	
(4) 内部統制の充実	B	B	B	B	B	B	B	2-4	
(5) 戦略的な情報発信	B	A	A	B	A	A	A	2-5	
III. 財務内容の改善に関する事項									
(1) 自己収入の確保	B	A	A	A	A	A	A	3-1	
(2) 予算（人件費の見積 りを含む）	—	—	—	—	—	—	—	別紙①	
(3) 収支計画及び資金計 画	—	—	—	—	—	—	—	別紙②③	
短期借入金の限度額	—	—	—	—	—	—	—	3-2	
重要な財産を譲渡し、又 は担保にする計画	—	—	—	—	—	—	—	3-3	
剰余金の使途	—	—	—	—	—	—	—	3-4	
IV. その他の事項									
(1) 人事に関する計画	B	B	B	B	B	B	B	4-1	
(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	—	—	—	—	—	—	—	4-2	

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		
関連する政策・施策		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	

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
個別 コンサル テイング 件数	計画値	年間延べ 3,000件 以上	—	1,272件 (※)中期計 画変更前	3,000件 以上	3,000件 以上	3,000件 以上	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	3,618件	決算額(千円)					
	達成度	—	—	228.4%	95.4%	122.8%	120.2%	120.6%	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 割以上	「役に立つ」と いう回答が平 均して7割を上 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%	99.0%	行政サービス実施コ スト(千円)					
	達成度	—	—	138.4%	139.0%	140.5%	142.1%	141.4%	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. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間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	主な評価指標等	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	(見込評価)	(期間実績評価)			
						評価	A	評価	A
<p>2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項</p> <p>(1) 海外事務所を活用した効率的な訪日プロモーション</p> <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</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を図る。</p> <p><b>数値目標</b> 事業パート</p>	<p><b>&lt;主な定量的指標&gt;</b> 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。 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> なし</p> <p><b>&lt;評価の視点&gt;</b> 機構の海外事</p>	<p><b>&lt;主要な業務実績&gt;</b> 平成28年度に新たに設置した6つの海外事務所を含む、海外20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>【ウェブサイトを通じた情報提供】</b> ・市場別訪日プロモーション方針(年1回) ・訪日外国人旅行者数等の統計発表(毎月) ・市場別動向トピックス(毎月) &lt;拡充&gt; 掲載市場数は、中期目標期間中に13市場から20市場へ拡充。 ・『JNTO 訪日旅行データハンドブック(世界主要20市場)』の掲載&lt;新規&gt; 平成27年度に初めて作成・掲載、平成28年度に全面的に内容を更新して掲載。 ・『訪日外国人旅行者の消費動向とニーズについて』調査結果の掲載&lt;新規&gt; 平成28年度に初めて地域における外国人旅行者による消費拡大に関する調査結果を掲載。 ・「日本の観光統計データ」サイトを開設&lt;新規&gt; ・「インバウンド関連サービス検索サイト」を開設&lt;新規&gt; ・地域インバウンド促進サイト「日本の魅力を、日本のチカラに。」を開設&lt;新規&gt;</p> <p><b>【ニュースレターを通じた情報提供】</b> 海外事務所が収集した市場の最新動向や各種調査報告、各事業への参加案内等の情報を提供するメールマガジン「JNTO ニュースフラッシュ」を毎週配信した。</p> <p><b>【出版物を通じた情報提供】</b> ・『JNTO 日本の国際観光統計』 毎年発行 ・『JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック』 毎年発行 ・『JNTO 訪日旅行データハンドブック(世界主要20市場)』発行 &lt;新規&gt; ・『JNTO 訪日旅行データハンドブック(アジア新興5市場編)』発行&lt;新規&gt; ・『国際会議統計』 毎年発行</p>	<p><b>&lt;評価と根拠&gt;</b> 評価：A</p> <p>・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ため、海外事務所の海外現地におけるネットワークを活用して、主要市場における一般消費者及び現地旅行業界等の動向、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、市場別に分析を行い、その結果をウェブサイト、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方法を通じて、事業パートナーへ提供した。</p> <p>インバウンドに取り組む地方公共団体、企業等から寄せられる各種相談に対し、対面で個別にコンサルティングする個別コンサルティングを各海外事務所、本部、外部会場における個別相談会等を通じて、通期実施し、事業パートナーの個別具体的なニーズに応えた。</p> <p>また、セミナー形式で海外の最新市場動向等の情報、インバウンドに取り組む事業パートナーの先進事例等を共有するインバウンド旅行振興フォーラム、インバウンドシンポジウム</p>	<p>評価</p> <p>A</p> <p><b>&lt;評価に至った理由&gt;</b> 中期計画の数値目標である個別コンサルタント件数について、H25、H27、H28の3カ年において、それぞれ目標達成率120%を超えている。また、機構からの情報提供が4段階評価のうち上位2つの評価を得た割合は、平成25年度から平成28年度の4年間にわたり96%以上となっており、目標の7割を大きく上回る非常に高い満足度が得られている。 また、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、特定の訪日プロモーション市場に関するセミナーである市場特化型 BtoB 情報交換会を平成27年度から開始した。さらに、平成28年度より、新たに国内10都市においてインバウンドビジネスセミナーを開催する等、地方における情報提供の強化を図った。</p> <p>このように、機構は、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ため、A評価とする。</p>	<p>評価</p> <p>A</p> <p><b>&lt;評価に至った理由&gt;</b> 中期計画の数値目標である個別コンサルタント件数について、H25、H27、H28、H29の4カ年において、それぞれ目標達成率120%を超えている。また、機構からの情報提供が4段階評価のうち上位2つの評価を得た割合は、平成25年度から平成29年度の5年間にわたり96%以上となっており、目標の7割を大きく上回る非常に高い満足度が得られている。 また、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、特定の訪日プロモーション市場に関するセミナーである市場特化型 BtoB 情報交換会を平成27年度から開始した。さらに、平成28年度より、新たに国内各都市においてインバウンドビジネスセミナーを開催する等、地方における情報提供の強化を図った。</p> <p>このように、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>			

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。

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。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。

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。

【セミナー等を通じた情報提供】

海外事務所等が収集したインバウンドに関する世界の主要な市場国・地域の動向、ニーズ等のマーケティング情報や取組事例を事業パートナー等へ情報提供するため、各種セミナーを開催した。平成27年度には、事業パートナーのコンサルティングニーズの高まりに対応するため、東南アジア市場等を個別に取り上げた市場特化型 BtoB 情報交換会の開催を開始した。また、平成29年度には、インバウンドに関する地域の課題を解決するため、地方でのワークショップの開催を開始した。その結果、中期目標期間中に機構が主催した各種セミナー等への参加者数は14,093人となった。

主催セミナー等への参加者数				
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
1,025人	1,341人	3,595人	4,682人	3,450人

平成25年度：合計参加者1,025人  
 インバウンド旅行振興フォーラム（1回）参加者919人  
 ムスリム・ツーリズムセミナー 参加者106人 <新規>

平成26年度：合計参加者1,341人  
 インバウンド旅行振興フォーラム（2回）参加者合計1,200人  
 インバウンド・フォーラム東北 参加者141人 <新規>

平成27年度：合計参加者3,595人  
 インバウンド旅行振興フォーラム（2回）参加者1,407人  
 インバウンド・フォーラム九州 参加者219人 <新規>  
 インバウンドシンポジウム（2回）参加者1,707人 <新規>  
 市場特化型 BtoB 情報交換会（6回）参加者合計262人 <新規>

平成28年度：合計参加者4,682人  
 インバウンド旅行振興フォーラム（2回）参加者合計1,396人  
 インバウンドシンポジウム（2回）参加者合計1,349人  
 インバウンドビジネスセミナー（国内10都市）参加者合計1,592人 <新規>  
 市場特化型 BtoB 情報交換会（8回）参加者合計345人

平成29年度：合計参加者3,450人  
 インバウンド旅行振興フォーラム（2回）参加者合計1,523人  
 インバウンドシンポジウム（2回）参加者合計823人

や、地域のインバウンドに取り組む地域の課題解決を図るワークショップ等を各地で開催し、地方の事業パートナーに対する情報提供の機会を拡充した。

上記取組等により、地方における事業パートナーへの情報提供を拡充する一方、経験値の高い事業パートナーの高度化するニーズに対応するため、平成27年度から新たに市場特化型 BtoB 情報交換会を開催し、要望の高い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、より専門的で密度の高い情報提供の機会も拡充した。

セミナーや情報交換会においては、機構からの情報提供だけでなく、参加事業パートナーによる自社サービス紹介、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。

数値目標である個別コンサルティング件数は、中期目標期間中の年平均が3,335件、達成率の平均は137.5%と目標を大きく上回っている。

事業パートナーへの調査において、機構からの情報

<指摘事項、業務運営上の課題及び改善方策>

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。

<その他事項>  
 特になし。

		<p>インバウンドビジネスセミナー・ワークショップ（国内13都市） 参加者合計 850人 &lt;新規&gt; 市場特化型 BtoB 情報交換会（9回）参加者合計 254人</p> <p><b>【個別コンサルティングを通じた情報提供】</b> 本部及び各海外事務所において随時、事業パートナー等との個別コンサルティングを実施したほか、上記主催セミナー等においても個別コンサルティングの場を設置し、個別コンサルティングに対応した。</p> <p><b>【インバウンドビジネスを支援するサービスの向上】</b> 上記取組等による機構から事業パートナーへの情報提供の拡充に加え、インバウンドに関わる事業パートナー同士の情報交換、ビジネス・マッチングを促進するため、事業パートナーが機構を通じてインバウンドに関する情報発信ができる場を設定した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日本語ウェブサイトにおける事業パートナーからのニュース掲載</li> <li>・インバウンド旅行振興フォーラムにおける企業紹介 BtoB デスク設置</li> <li>・インバウンド旅行振興フォーラムにおけるランチョンセミナー（※）の設定</li> <li>（※）企業が昼食を用意し、参加者が昼食をとる間、自社サービス等を紹介</li> <li>・インバウンドシンポジウムやインバウンドビジネスセミナーにおける講演・パネルディスカッション等を通じた地方公共団体、企業等による先進事例紹介</li> </ul> <p><b>&lt;数値目標の達成状況&gt;</b></p> <p><b>【個別コンサルティング件数】</b> 中期目標期間中の個別コンサルティング件数は、年平均 3,335 件、達成率の平均は 137.5%と目標を大きく上回った。</p> <p><b>【事業パートナーの満足度】</b> 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、中期目標期間中の平均値で 98.2%となり、目標である 7 割を大きく上回った。</p>	<p>提供が 4 段階評価のうち上位 2 つの評価を得た割合は、中期目標期間中の平均値で 98.2%となり、目標の 7 割を大きく上回る非常に高い満足度が得られている。</p> <p>以上のことから、機構の海外事務所等を通じて収集したインバウンドに関する最新情報・ノウハウを、様々な機会・手法を通じて強力に発信し、事業パートナー等から高い評価を得ていること、さらに事業パートナーとのネットワークを活用し、インバウンド関係者のビジネス・マッチング機能として中核的な役割を發揮していること等の質的成果をふまえ、自己評価評定は A とする。</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			
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		
関連する政策・施策		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> （「明日の日本を支える観光ビジョン」（平成28年3月 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議）等による、2020年に訪日外国人旅行者4000万人等の政府目標の実現にあたり、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

2. 主要な経年データ														
② 主要なアウトプット（アウトカム）情報								③ 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	6,858,547人	決算額（千円）					
	達成度	—	—	—	—	116.9%	126.1%	137.2%	経常費用（千円）					
ウェブアクセス数	計画値	4.50億pv	—	—	—	3.35億pv	3.925億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	8.37億pv	行政サービス実施コスト（千円）					
	達成度	—	—	—	—	104.6%	148.5%	186.0%	従事人員数					
参考…ウェブアクセス数（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 (※)	—	—							
	実績値	—	3.27億pv	4.61億pv	10.55億pv	—	—							
	達成度	—	327.0%	134.8%	229.3%	—	—							

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. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間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	主な評価指標等	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	(見込評価)		(期間実績評価)	
					評定	A	評定	A
<p>2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項</p> <p>(1) 海外事務所を活用した効率的な訪日プロモーション【再掲】</p> <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</p>	<p>1. 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</p> <p>(1) 訪日プロモーション業務</p> <p>①訪日外国人旅行者誘致のための業務</p> <p>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</p>	<p>＜主要な業務実績＞</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>平成26年度より、観光庁と機構が共同して、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毎年度（平成29年度からは3カ年毎に）策定し、機構ウェブサイトで公表した。</p> <p>市場別訪日プロモーション方針</p> <p>平成26年度 19市場（欧州潜在市場含む）</p> <p>平成27年度 21市場（同上）</p> <p>平成28年度 20市場</p> <p>平成29年度～平成31年度 20市場</p> <p>平成27年以降、機構が観光庁から引き継いだ訪日プロモーション事業を実施するにあたり、年度ごとの市場別訪日プロモーション方針に基づき、事業を実施した。</p> <p>また、平成27年4月、機構内にビジット・ジャパン事業実施本部を設置し、訪日プロモーション事業の進捗を管理するとともに、事業計画から実施結果・成果の分析を行う等、PDCAサイクルを確立した。</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>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>ア 多様なメディアを活用した日本の観光魅力の発信</p> <p>＜主要な業務実績＞</p> <p>【デジタルマーケティングの強化】</p> <p>情報発信手法の高度化やデータに基づくマーケティングを行えるよう、平成29年度にグローバルマーケティング部内に「デジタルマーケティング室」を設置し、デジタルテクノロジーを活用した海外への情報発信についての取組を強化した。</p>	<p>＜評定に至った理由＞</p> <p>中期計画の数値目標として定めたSNSファン数500万人及びウェブアクセス数4.5億PVについて、いずれについても1年前倒しで達成することができ、中期計画最終年度に向けても順調に増加すると想定している。</p> <p>さらに、機構が運営している各市場向けのウェブサイトについては、15言語21市場向けに、それぞれの言語できめ細かな情報提供を行う等日本の観光魅力を世界へ発信するにあたり、媒体トレンドの変化やICTの技術革新を踏まえながら、的確なメディア媒体の活用、各市場の動向・特性に応じた訴求コンテンツの拡充を行い、効果的、効率的に情報発信を行ったことを踏まえ、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ため、A評価とする。</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</p>	<p>＜評定に至った理由＞</p> <p>中期計画の数値目標として定めたSNSファン数500万人及びウェブアクセス数4.5億PVについて、いずれについても1年前倒しで達成することができ、中期計画終了時には、SNSファン数686万人（対目標値137.2%）、ウェブアクセス数8億3,722万人（対目標値186%）となった。このSNSファン数は、世界有数のインバウンド大国の他国と比較しても、米国に並んで高い水準にある。</p> <p>【参考】</p> <p>英国 375万人          仏国 176万人          米国 687万人          タイ 225万人          香港 495万人</p> <p>SNSを通じた情報発信として、従来からのFacebook以外にも、Instagram（平成29年度：フォロワー数34万人）、中国の主要SNSである微博（平成29年度：ファン数60万人）を活用するなど、市場の特性やSNSのトレンドに対応している。さらに動画や画像メディアに特化したYouTube、Pinterest等も活用し、各市場の特性に</p>				

<p>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>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。</p> <p>ア 多様なメディアを活用した日本の観光魅力の発信</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I</p>	<p><b>&lt;主な定量的指標&gt;</b></p> <p>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ス数を年間4.5億ページビューにする。</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>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</p>	<p><b>【ウェブサイトの言語数拡大と英語グローバルサイトの抜本的リニューアル】</b></p> <p>機構が運営するウェブサイトは、平成24年度に12言語18市場向けであったところ、中期目標期間中に2言語3市場向けのサイトを開設して14言語21市場向けに拡充し、訪日旅行に関する交通、宿泊等の基礎情報、テーマ別情報、主な観光資源、モデルルート等の訪日旅行に必要な情報を随時更新し、発信した。</p> <p>機構が運営するウェブサイト： 14言語21市場に向けて展開</p> <p>グローバル（英語）      米国市場（英語）      英国市場（英語）      カナダ市場（英語）      オーストラリア市場（英語）      シンガポール市場（英語）      マレーシア市場（英語）平成27年度開設      韓国市場（韓国語）      中国市場（中国語簡体字）      台湾市場（中国語繁体字）      香港市場（中国語繁体字）      タイ市場（タイ語）      インドネシア市場（インドネシア語）平成25年度開設      ベトナム市場（ベトナム語）平成27年度開設      フランス市場（フランス語）      ドイツ市場（ドイツ語）      ロシア市場（ロシア語）      イタリア市場（イタリア語）      スペイン市場（スペイン語）      ブラジル市場（ポルトガル語）      湾岸諸国市場（アラビア語）</p> <p>日本の今を伝える旬な情報や日本ならではの特色あるテーマを題材としたマンスリーウェブマガジン（英語、韓国語、中国語簡体字、中国語繁体字）を毎月制作・掲載した。</p> <p>マンスリーウェブマガジン発行記事数及び記事テーマ例：      （平成24年度 43本）      平成25年度 48本      富士登山（世界遺産登録）、和食（ユネスコ文化遺産に登録）、四国遍路</p>	<p><b>&lt;評定と根拠&gt;</b></p> <p>評定：A</p> <p>日本の観光魅力を世界へ発信するにあたり、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した。</p> <p>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、中でも主要なSNSであるFacebookについては、中期目標期間を通じて各市場のニーズに応じたタイムリーで良質な情報発信を日替わり等で情報発信した。</p> <p>機構が運営するFacebookページは、平成24年度に6言語13市場向けであったところ、中期目標期間中に6言語8市場向けのFacebookページを開設し、12言語21市場向けに拡大した。機構が運営するFacebookページのファン数の合計は、平成24年度に66万人であったところ、中期目標期間終了時には575万人と8.7倍に増加した。</p> <p>SNSを通じた情報発信として、Facebook以外にも、Instagram（平成29年度：フォロワー数34万人）、中国の</p>	<p>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><b>&lt;その他事項&gt;</b></p> <p>特になし</p>	<p>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。</p> <p>また、訪日旅行に関心が無い層（訪日無関心層）に対して、従来とは異なるコンテンツも含め、多様な日本のアクティビティ体験の魅力を発信することで、訪日意欲喚起を促すことを目指す”Enjoy my Japan”グローバルキャンペーンを開始し、オンライン広告では、46日間で9カ国約1億回の視聴回数を記録するなど大きな成果を上げた。</p> <p>日本の観光魅力を世界へ発信するにあたり、媒体トレンドの変化やICTの技術革新を踏まえながら、的確なメディア媒体の活用、各市場の動向・特性に応じた訴求コンテンツの拡充を行うことで、効果的、効率的に情報発信を行い、数値目標も大きく上回る形で達成していることを踏まえ、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る。</p>
---	--	--	---	--	--	--

	<p>CTの技術革新を踏まえながら各種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、海外の有効なメディア（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</p>	<p>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>平成 26 年度 68 本 富岡製糸場（世界遺産登録）、北陸新幹線開業、訪日外国人旅行者向け新免税制度</p> <p>平成 27 年度 92 本 熊野古道・高野山、北海道新幹線開業、手ぶら観光（配送サービス）</p> <p>平成 28 年度 96 本 東北三大祭、皇室関連施設（御所、離宮、迎賓館）、九州地方のお菓子</p> <p>平成 29 年度 60 本 国立公園（阿蘇くじゅう等）、ラグビーワールドカップ会場となる地域</p> <p>さらに、地方誘客、訪日外国人旅行者による消費拡大促進等を図るため、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を拡充した。</p> <p>平成 25 年度 日本全国の地域特産品をジャパンプランドの観光資源と位置づけ、その特徴や魅力を紹介する 47 都道府県の工芸品、食品、日本酒など主要 100 品目を掲載（英語、韓国語、中国語簡体字、中国語繁体字）し、外国語対応の通販サイトと連携し、海外から商品が購入できるようにした。</p> <p>平成 26 年度 平成 26 年 10 月から施行された訪日外国人旅行者向け新免税制度を説明するとともに、免税店検索ができる免税店検索サイト（英語）を開設した。</p> <p>平成 27 年度 地方における消費拡大を促進するため、日本全国の観光地周辺で地域名産品等の買い物を楽しむショッピングモデルコース全国 46 コース（日本語、英語、韓国語、中国語簡体字、中国語繁体字）を掲載した。</p> <p>平成 28 年度 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（英語、韓国語、中国語簡体字、中国語繁体字）35 コースを掲載した。</p> <p>平成 29 年度 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</p>	<p>主要 SNS である微博（平成 29 年度：ファン数 60 万人）など、市場の特性や SNS のトレンドに対応しながら動画や画像メディアに特化した YouTube、Pinterest 等も活用し、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結果、ファン数は好調に増加し、中期目標期間終了時には 686 万人に達した。</p> <p>機構が運営する各市場向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、日本の今を伝える旬な情報や、各地域の紹介、地域産品等のショッピング情報コンテンツ等を拡充し、地方誘客、外国人による消費拡大に貢献した。</p> <p>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、各市場の著名人を起用した映像を作成し、テレビや SNS 等を通じた情報発信を行う等の事業を実施した。</p> <p>市場調査に基づき、自然や文化の分野に跨がる「7つのパッション（興味関心）」を特定し、欧米豪の「外国旅行には積極的であるにもかかわらず訪日旅行に関心が無い層（訪日無関心層）」に対し</p>		
--	--	-----------------------------------	---	--	--	--

	<p>造成・販売に関連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ワークページのファン数を500万人にするるとともに、それ以外の機構のウェブサイトのアクセス数を年間4.5億ページビューにする。</p>		<p>コース（英語、韓国語、中国語簡体字、中国語繁体字）35コースを掲載した。</p> <p>ウェブサイトの運営にあたっては、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、マルチデバイスへの対応・改善を行い、機能改善を図った。特に英語グローバルサイトについては、平成29年度に抜本的リニューアルを行い、スマートフォンからのアクセス増加への対応や、魅力的な画像・文章の活用によるコンテンツ品質の更なる改善等を行った。</p> <p><b>【媒体トレンドの変化やICTの技術革新を踏まえた情報発信】</b></p> <p>オウンドメディアとして、以下のSNS等を運営し、切れ目のない観光情報の発信を実施するとともに、各市場における訪日旅行キャンペーン等の事業に活用した。</p> <p>中期目標期間を通じてFacebookを活用し、各市場のニーズに応じたタイムリーで良質な情報発信を日替わり等で情報発信した。機構が運営するFacebookページは、平成24年度に6言語13市場向けであったところ、中期目標期間中に6言語8市場向けのFacebookページを開設し、12言語21市場向けに拡大した。機構が運営するFacebookページのファン数の合計は、平成24年度に66万人であったところ、中期目標期間終了時には575万人と8.7倍に増加した。</p> <p>機構が運営するFacebookページ： 12言語21市場向けに展開</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>グローバル（英語）</li> <li>米国市場（英語）</li> <li>英国市場（英語）</li> <li>カナダ市場（英語）</li> <li>オーストラリア市場（英語）</li> <li>シンガポール市場（英語）</li> <li>マレーシア市場（英語）平成28年度開設</li> <li>フィリピン市場（英語）平成28年度開設</li> <li>インド市場（英語）</li> <li>韓国市場（韓国語）</li> <li>台湾市場（中国語繁体字）</li> <li>香港市場（中国語繁体字）</li> <li>タイ市場（タイ語）</li> <li>インドネシア市場（インドネシア語）平成25年度開設</li> </ul>	<p>て、従来とは異なるコンテンツも含め、多様な日本のアクティビティ体験の魅力を発信することで、訪日意欲喚起を促すことを目指す”Enjoy my Japan”グローバルキャンペーンを開始し、国内外8都市でのローンチイベント、オンライン広告、テレビCM等、様々な媒体を組み合わせながらプロモーションを行う事により、オンライン広告では、46日間で9カ国約1億回の視聴回数を記録するなど大きな成果を上げた。</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>中期数値目標であるSNSファン数500万人及び、ウェブサイトのアクセス数4.5億PVについて、いずれも平成28年度に1年前倒しで達成し、中期目標期間終了時には、SNSファン数は686万人（達成率137.2%）、ウェブサイトのアクセス数は8.37億PV（達成率186%）となった。</p> <p>平成27年3月に中期計画を変更する前の中期数値目標であったSNSとウェブサイトの合計アクセス数6億PVに</p>		
--	--	--	--	--	--	--

			<p>ベトナム市場（ベトナム語）平成 25 年度開設  フランス市場（フランス語）  ドイツ市場（ドイツ語）  ロシア市場（ロシア語）平成 26 年度開設  イタリア市場（イタリア語）平成 27 年度開設  スペイン市場（スペイン語）平成 27 年度開設  ブラジル市場（ポルトガル語）平成 28 年度開設</p> <p>平成 29 年度に Instagram の公式グローバルアカウント「Visit Japan International」を開設し、写真・動画を通じて文化、自然、食、アクティビティなど日本が持つ多様な魅力を発信することにより、観光地の発見、口コミの拡大、訪日意欲の喚起を図った。</p> <p>また、Instagram 上で、日本の食や伝統文化等をテーマにした一般ユーザー向けフォトコンテスト「Visit Japan Photo contest 2018」を開催した結果、アカウントのフォロワー数は 10 万を超え、機構の主要な情報発信チャンネルとして今後活用が可能となった。</p> <p>中国市場においては、同国における主流 SNS である微博を運営するとともに、市場別に動画や画像メディアに特化した YouTube、Pinterest 等も活用した。</p> <p>スマホユーザーの増加に対応するため、平成 29 年度にスマホ向けアプリ「Japan Official Travel App」を英語、韓国語、中国語（繁体字・簡体字）の 4 言語で提供開始した。機構の中立的な立場を活かし、民間企業との幅広い連携により、日本全国の観光情報記事や飲食店検索機能、経路案内機能等の一般的な観光情報の提供を行う事に加え、観光庁が持つ緊急時の災害情報や外国語対応の病院の検索機能等、訪日外国人旅行者の安全や利便性に関する情報を一元的に提供した。</p> <p><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】</b>  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>(平成 29 年度事業例)  ・ベトナムで人気を博す歌手ヌー・フック・ティン (Noo Phước Thịnh) 氏を活用し、同氏と旅行体験をしているような動画を閲覧し、SNS 上でシェアすることで日本旅行等が当たるキャ</p>	<p>についても、平成 26 年度に達成した（平成 26 年度の同アクセス数 10.55 億 PV）。</p> <p>日本の観光魅力を世界へ発信するにあたり、媒体トレンドの変化や ICT の技術革新を踏まえながら、的確なメディア媒体の活用、各市場の動向・特性に応じた訴求コンテンツの拡充を行い、効果的、効率的に情報発信を行い、数値目標も大幅に超過して達成していることを踏まえ、自己評価評価は A とする。</p>		
--	--	--	---	--	--	--

			<p>ンペーンを行った。また、機構公式ウェブサイト上でも撮影地の特設ページを作り、キャンペーンとの連携を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・豪州で人気のテレビ番組「MasterChef Australia」の招請を実施。絶大な人気を誇るテレビ番組の撮影を日本で行い、「食」と関連付けながら日本各地の魅力を紹介し、視聴者数は合計 680 万を超えた。テレビに加え、メディア向けイベントやウェブ、SNS での情報発信も実施し、新聞等の印刷媒体では約 470 万、SNS では約 840 万の高いリーチ数を得た。その他、「食」に関するイベントや旅行会社セミナーなどを開催し、訪日旅行の認知度向上を図った。</li> </ul> <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（5 年間で延べ 2,057 件）、及び有力メディアに対する取材協力（同 511 件）等を実施した。</p> <p>訪日取材協力件数及びニュースレター発行件数：</p> <p>平成 25 年度 ニュースレター発行 353 件、取材協力 88 件 平成 26 年度 ニュースレター発行 428 件、取材協力 74 件 平成 27 年度 ニュースレター発行 435 件、取材協力 84 件 平成 28 年度 ニュースレター発行 429 件、取材協力 112 件 平成 29 年度 ニュースレター発行 412 件、取材協力 153 件</p> <p>（平成 29 年度の海外メディアを通じた情報発信事例） ポップカルチャー愛好層に影響力のあるメディア・インフルエンサーを 3 媒体招請したし、秋葉原・原宿等の都市部に加え「君の名は。」の舞台とされている地方・地域を訪問した。アニメや漫画作品に関連する訪問地やコスプレ体験等、ポップカルチャー愛好層の訪日意欲を喚起するような訪日旅行コンテンツについてメディアを通じて発信した。</p> <p><b>【東北観光復興に向けた取組】</b> 東日本大震災（2011 年）以降、外国人観光客の回復が遅れている東北地域を支援するため、各市場において、東北の魅力を PR した。</p>			
--	--	--	---	--	--	--

			<p>(平成 29 年度の取組例)</p> <p>市場横断型事業として韓国・台湾・中国・タイ・豪州・米国を主な対象市場とし、東北地域で5つのテーマ (Powder Snow hunter、Nature Hiker、Foodie、Japan countryside Lover、Cold/Snow Lover) を設定して、各市場の著名人を起用した映像を制作した。制作映像の放映においては、グローバルメディアである CNN を活用し、合計 200 本の CM を流した。また、著名人の SNS を通じた情報発信を行い、その接触者合計は 280 万に達し、うち 90 万人のユーザーからエンゲージメントを得た。</p> <p>東南アジア 6 市場 (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) から著名なトラベルブロガーを招請し、東北の優良コンテンツである雪を中心に、東北地域の食・文化・アクティビティを紹介する動画を制作し、旅行に興味関心の高い層に、各市場の特設ウェブサイトやブロガーの SNS 等を通じて情報発信を行った。制作動画への接触者合計は 400 万に達した。</p> <p><b>【動画を活用した大規模広告宣伝事業の展開】</b></p> <p>ドイツ、英国、フランス、米国、カナダ、豪州の 6 カ国で実施した大規模なアンケート調査に基づき、自然や文化の分野に跨がる「7つのパッション (興味関心)」を特定し、欧米豪の「外国旅行には積極的であるにもかかわらず訪日旅行に関心が無い層 (訪日無関心層)」に対して、従来とは異なるコンテンツも含め、多様な日本のアクティビティ体験の魅力を発信することで、訪日意欲喚起を促すことを目指す” Enjoy my Japan” グローバルキャンペーンを開始した。</p> <p>国内外 8 都市でローンチイベントを開催するとともに、オンライン広告及びテレビCMにて動画を中心とした広告宣伝を展開し、オンライン広告では、46 日間で9カ国約1億回の視聴回数を記録するなど大きな成果を上げた。</p> <p>楽天ヴィッセル神戸株式会社と連携し、ドイツ向け訪日旅行プロモーションとして元ドイツ代表のサッカー選手ルーカス・ポドルスキ氏 (ヴィッセル神戸所属) を起用した動画広告、オンライン懸賞キャンペーン等を展開した。サッカー大国であるドイツに対し、日本に縁があり現地での知名度の高</p>			
--	--	--	---	--	--	--

			<p>いサッカー選手を起用することで、今まで訪日旅行に関心なかった層が日本に目を向けるきっかけをつくった。</p> <p><b>【2020年オリンピック・パラリンピック東京大会等に向けた取組】</b> ラグビーワールドカップ 2019 日本大会、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催で日本が注目を浴びる絶好のタイミングを捉え、観光地としての日本のブランド力向上、地方誘客の促進及びインバウンド消費の拡大を図るため、ラグビーワールドカップ 2019 日本大会・2020年オリンピック・パラリンピック東京大会観光戦略推進室を発足させた。</p> <p>(平成29年度取組例) ラグビーワールドカップ2019日本大会をフックとした訪日促進を目的として、1982年から出版している英国人気旅行ガイドブック『Rough Guides (ラフガイド)』を九州に招請。実際にサポーターが訪日した際に試合と試合の間で旅行可能な内容を提示すべく、福岡、熊本のスタジアムに加え熊本、黒川温泉、長崎、鹿児島、屋久島等九州の様々な魅力を案内した。</p> <p>英国・フランス・イタリアにおいて、ラグビーワールドカップ2019日本大会をフックとした訪日促進を目的に、特設ウェブサイトの開設(11月)、広告宣伝(秋以降/英国・フランスのみ)及びメディア招請事業(10月/英国のみ)等を実施した。事業の実施にあたっては、日本のラグビーワールドカップ2019組織委員会や開催都市、現地の旅行会社、メディアや元ラグビー選手等と幅広く連携している。</p> <p><b>&lt;数値目標の達成状況&gt;</b> <b>【SNSファン数】(平成27年度以降)</b> 機構のSNSファン数は、中期目標期間中の数値目標500万人を1年前倒しで達成し、中期目標期間終了時には686万人(達成率137.2%)となった。</p> <p><b>【ウェブサイトのアクセス数】(平成27年度以降)</b> 機構のウェブサイトアクセス数は、中期目標期間中の数値目標4.5億PVを1年前倒しで達成し、中期目標期間終了時には8.37億PV(達成率186%)となった。</p> <p><b>【(SNSを含む)ウェブサイトアクセス数】(平成25年度及び平</b></p>			
--	--	--	--	--	--	--

			成 26 年度) 平成 27 年 3 月に中期計画を変更するまでの当初中期数値目標は、SNS のアクセス数及びウェブサイトのアクセス数の合計で、中期計画期間中に 6 億 PV としていたところ、平成 26 年度に同アクセス数は 10.55 億 PV となり、当初の中期数値目標を平成 26 年度に達成した。			
--	--	--	--	--	--	--

4. その他参考情報

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
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		
関連する政策・施策		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	重要度：高（「明日の日本を支える観光ビジョン」（平成28年3月 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議）等による、2020年に訪日外国人旅行者4000万人等の政府目標の実現にあたり、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

2. 主要な経年データ															
② 主要なアウトプット（アウトカム）情報								③ 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	
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	36,418件		決 算 額 （ 千 円 ）					
	達成度	—	—	—	—	138.2%	140.9%	182.1%		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%	94.7%		行 政 サ ー ビ ス 実 施 コ ス ト （ 千 円 ）					
	達成度	—	—	—	—	137.0%	135.7%	135.3%		従 事 人 員 数					
品 に よ る 訪 日 外 国 人 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 (※)	—	—	—							
	実績値	—	648,723人	916,217人	1,460,267 人	—	—	—							
	達成度	—	—	141.0%	202.8%	—	—	—							

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. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間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	主な評価指標等	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	(見込評価)		(期間実績評価)	
	イ 訪日旅行商品の造成・販売支援  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。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。 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	<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。 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・販売促進を効率的・効果的に支援しているか。また、海外の旅</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、2017年に過去最多となった訪日外国人数(2,869万人、対前年比19.3%増)の大幅な増加に貢献した。事業の実施にあたっては、消費税免税制度の拡充、査証の緩和、航空路線の新規就航やクルーズ船の寄港拡大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、海外の旅行会社やメディア等を招請し、大規模商談会を主催した。</p> <p>機構主催したビジット・ジャパン・トラベル&amp;MICE マート(東京): 平成27年度 海外バイヤー342社、国内セラー403団体、商談7,954件 平成28年度 海外バイヤー357社、国内セラー431団体、商談8,376件 平成29年度 海外バイヤー411社、国内セラー576団体、商談10,378件</p> <p><b>【旅行博覧会・展示会等への参加】</b> 世界各地で開催される主要な旅行博覧会・展示会、見本市等に、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>平成27年度以降に参加した主な海外の旅行博覧会・見本市等: ・富裕層向け商談会(フランス・カンヌ) ・クルーズ見本市(米国・マイアミ) ・国際航空路線誘致商談会 World Routes(平成27年度 南アフリカ・ダーバン、平成28年度 中国・成都、平成29年度 スペイン・バルセロナ)、Routes Asia(平成27年度 フィリピン・マニラ、平成28年度及び平成29年度 沖縄県宜野湾市) ・スノートラベルエキスポ(平成29年度 豪州・シドニー)</p>	<p><b>&lt;評定と根拠&gt;</b> 評定:S</p> <p>第三期中期計画開始時(平成25年度)の政府目標は、2020年(平成32年)に訪日外国人旅行者数2,000万人とされていたところ、2,000万人突破が4年前倒しで達成され、政府目標は2020年(平成32年)に訪日外国人旅行者数4,000万人に上方修正された。</p> <p>訪日外国人旅行者数は、第二期中期計画最終年(平成24年)に836万人であったところ、第三期中期計画最終年(平成29年)には過去最高の2,869万人に達し、3.4倍の規模となった。</p> <p>中期目標期間中、特に平成27年に機構が訪日プロモーション事業の実施主体となって以降、海外事務所を通じた現地目線による海外旅行会社等招請、訪日旅行商品の企画コンサルティング、共同キャンペーン等の多数の事業実施を通じて、訪日外国人旅行者数の大幅な増加に貢献した。</p> <p>訪日プロモーションの実施にあたっては、東北復興、地方誘客、富裕層誘致、航空路線誘致との連</p>	<p>評定 S</p> <p><b>&lt;評定に至った理由&gt;</b> 中期計画の数値目標として設定した二つの項目について、いずれも、各年度とも目標達成率120%を超えた数値を達成している。 また、機構は、平成27年度以降訪日プロモーションの執行機関として、主体的に訪日外国人旅行商品の造成・販売支援を行っており、平成27年の1974万人、平成28年の2404万人の達成に大きく寄与しており、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ため、S評価とする。</p> <p><b>&lt;指摘事項、業務運営上の課題及び改善方策&gt;</b> 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></p>	<p>評定 S</p> <p><b>&lt;評定に至った理由&gt;</b> 中期計画の数値目標として設定した二つの項目について、いずれも、各年度とも目標達成率120%を超えた数値を達成している。 また、機構は、平成27年度以降訪日プロモーションの執行機関として、主体的に訪日外国人旅行商品の造成・販売支援を行っており、平成27年の1974万人、平成28年の2404万人、平成29年の2869万人の達成に大きく寄与した。また、世界のインバウンドランキングについて、中期目標期間開始時のH25年は27位だったところ、中期目標期間最終年のH29年には12位まで押し上げたことに貢献した。 このように、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>		

一の実施、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。

**数値目標**

中期目標期間中、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、年平均 20,000 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。

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。

**【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。

海外主要市場の有力旅行会社企画担当者等の年間延べ招請人数		
平成 27 年	平成 28 年度	平成 29 年度
834 人	811 人	603 人

**【旅行会社等との共同広告】**

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。

(共同広告の例)

- ・香港市場：平成 28 年 7 月から香港＝四国初の定期便となる香港＝高松便の就航に合わせ、LCC の香港エクスプレスと共同広告を実施。広告期間中は、大手検索エンジンで高松市や四国地方の検索率が上昇するなどプロモーションの効果が見られ、同年 9 月からの増便につながる施策となった。
- ・英国市場：「See Japan Differently (日本を違う観点から見て)」のテーマのもと、有力オンライン旅行会社である Expedia および E-bookers と、オンライン媒体を中心とした共同広告事業を実施。その結果、両社の訪日旅行予約数は前年比で 18.1% 増となった。

**【一般消費者向け日本の観光プロモーション】**

海外の旅行会社等と共同で一般消費者を対象としたイベントを開催した。一般消費者向けのプロモーションを実施するにあたっては、地方公共団体、民間事業者等と連携し、効率的・効果的にプロモーションを実施した。

(一般消費者向け日本の観光プロモーション例)

- ・タイ・バンコクのショッピングモールにおいて、平成 28 年 6 月にタイ市場の一般消費者向け旅行フェアを開催した。日本から参加した事業パートナー 12 団体とともに、日本の観光情報発信を行うとともに、タイの旅行会社等 16 社も出展し、訪日旅行商品の即売等を実施した。観光パンフレットの配布や旅程相談、映像上映等を行い、4 日間で約 1 万

携、訪日教育旅行支援等、政府施策と連動した取組を行った。

訪日教育旅行の促進については、平成 28 年 4 月に訪日教育旅行受入促進の一元的窓口を機構内に開設し、海外と国内の学校交流マッチングを 76 件成立させた。その結果、計 52 校・機関、1,717 人の生徒及び教育関係者等の来日が実現した。

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、平成 27 年度から平成 29 年度までの年平均で 30,745 件、達成率 153.7% となり、目標を約 5 割上回った。

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、平成 27 年度から平成 29 年度までの平均が 95.2% となり、数値目標の 7 割を大きく上回る非常に高い満足度が得られた。

平成 25 年度及び平成 26 年度の数値目標であった機構が造成・販売支援を行った旅行商品による訪日外国人人数についても、平成 26 年

(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) 訪日外国人旅行者数が、昨年、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。

6千人が訪れた。

**【現地旅行会社等への人材育成】**

海外において現地旅行会社等を対象に、訪日旅行の基本情報や新たな観光素材を発信するセミナーを実施した。

海外における研修・セミナー実施件数及び延べ参加者数				
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
96件	116件	141件	153件	172件
5,348人	7,582人	9,307人	11,572人	13,592人

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12市場（中国、香港、インド、豪州、米国、カナダ、英国、フランス、ドイツ、イタリア、ロシア、スペイン）で運営し、訪日旅行専門家（JTS, Japan Travel Specialist）の育成を行った。

JTS 認定者数（12市場）				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
新規認定者数	2,326人	1,706人	2,520人	4,608人
認定者類型	17,244人	18,950人	21,470人	26,078人

**【訪日教育旅行の取組】**

海外の訪日教育旅行に関するニーズ紹介や海外と国内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機構内に開設（平成28年4月）し、海外と国内の学校交流のマッチングを行った。

訪日教育旅行マッチング等の件数		
	平成28年度	平成29年度
マッチング件数	54	22
国・地域数	14	11
学校・機関数	32	20
来日人数	971	746
交流都道府県数	18	11

**【東北をはじめとした地方送客拡大に向けた取組】**

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。

度は目標の65万人に対し、実績が91.6万人（数値目標達成率141.0%）、平成27年度は目標の72万人に対し、実績が146万人（数値目標達成率202.8%）となり、それぞれ初期の目標を大きく上回る成果を上げた。

本項目における各年度の評価が、5カ年のうち、平成25年度のAを除く4カ年がSであること、また、平成27年以降、訪日プロモーション事業の実施主体として事業内容も拡充してきていることから、自己評価評定はSとする。

			<p>(東北復興を目的とした事業の例)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>平成 28 年度に世界的なオンライン旅行会社である Expedia 社と東北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 市場で実施した。東北地方に関する観光情報と宿泊施設一覧を集約したページを作成し、5 カ月間で 10,507 泊の宿泊予約が実現した。</li> <li>台湾市場において、航空会社 5 社、旅行会社 2 社と連携し、平成 28 年 6 月から 7 月に、台湾の主要な SNS、ウェブサイト等で夏の東北地方の訪日旅行商品の共同広告を実施した。連携した航空会社及び旅行会社による訪日旅行の販売実績は 4,580 人となり、東北地方への誘客を促進した。</li> </ul> <p>&lt;数値目標の達成状況&gt;</p> <p><b>【商談件数】</b>(平成 27 年度以降)</p> <p>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、平成 27 年度に 27,646 件、平成 28 年度に 28,170 件、平成 29 年度に 36,418 件となり、各年度とも目標の 20,000 件を大きく上回った。3 年間の平均は年間 30,745 件、達成率 153.7%となり、目標を約 5 割上回った。</p> <p><b>【商談参加者評価】</b>(平成 27 年度以降)</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平成 27 年度に 95.9%、平成 28 年度に 95.0%、平成 29 年度に 94.7%となり、各年度とも数値目標の 7 割を大きく上回り、非常に高い満足度が得られた。</p> <p><b>【機構が造成・販売支援を行った旅行商品による訪日外国人数】</b>(平成 25 年度及び平成 26 年度)</p> <p>平成 27 年 3 月に中期計画を変更するまでの数値目標指標については、平成 26 年度が目標の 65 万人に対し、実績が 91.6 万人(数値目標達成率 141.0%)、平成 27 年度は目標の 72 万人に対し、実績が 146 万人(数値目標達成率 202.8%)となり、それぞれ初期の目標を大きく上回る成果が得られた。</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			
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		
関連する政策・施策		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	

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									④ 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%	98.2%	決算額（千円）					
	達成度	—	—	136.0%	136.1%	140.1%	140.2%	140.3%	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	32,831件	行政サービス実施コスト（千円）					
	達成度	—	—	—	—	82.4%	75.6%	54.7%	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	319,135件						
	達成度	—	—	—	—	158.2%	161.6%	91.2%						
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 (※)	—	—	—						
	実績値		—	対面電話： 46,461件 ウェブ： 120,531件 合計：	対面電話： 41,263件 ウェブ： 229,566件 合計：	—	—	—						

				166,992 件	270,829 件			
	達成度	—	—	265.1%	165.1%	—	—	—

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. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間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	主な評価指標等	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	(見込評価)	(期間実績評価)			
								評価	A	評価	A
2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項  (2) 国内受入環境整備支援業務  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	1. 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) 国内受入環境整備支援業務  ①観光案内所の整備支援業務  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。	<主な定量的指標> 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。 TIC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。  <その他の指標> なし  <評価の視点> 外国人旅行者が円滑に国	<主要な業務実績> <b>【外国人観光案内所の認定・支援】</b> 訪日外国人旅行者の国内受入環境整備を推進するため、観光庁が策定した「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月制定、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、外国人観光案内所の認定、支援サービスの提供等を行った。  中期目標期間中に認定外国人観光案内所専用サイトを開設したほか、外国人観光案内所向け研修会の開催を開始した。また、電話通訳サービスの提供(英語、韓国語、中国語)、外国人観光案内所に資する資料の提供、ニュースレターの配信、実態調査の実施等を通じて、先進的取組や事例・情報の共有、助言等を行うことにより、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・担保を図った。					<評定と根拠> 評定：A  機構が認定する外国人観光案内所のネットワークは、中期目標期間中に342カ所から911カ所へと増加(2.7倍)した。特にカテゴリー3の外国人観光案内所は7カ所から48カ所へと劇的に増加(6.9倍)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、広域案内に対応する中位以上のカテゴリーの認定観光案内所のネットワークが全都道府県に拡がり、日本各地を周遊する外国人観光客の利便が向上した。  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が4段階評価のうち上位2つの評価を得た割合は、中期目標期間中の平均値が	<b>評定</b> <b>A</b> <評定に至った理由> 中期計画の数値目標の達成状況について、 ①外国人観光案内所の満足度について、各年度とも96%以上となり、目標の7割を大きく上回る高い満足度が得られている。 ②ウェブによる情報提供件数は、ウェブコンテンツ等の拡充に伴い、H27に39.5万件、H28に48.5万件となり、中期数値目標35万件を2年前倒しで達成し、以降も順調に伸長している。 ③一方、TICにおける対面・電話等での情報提供件数は、H27、H28ともに年度数値目標値を下回った。 また、機構は、外国人案内所認定制度に基づき認定する外国人観光案内所は、平成24年の342カ所から平成28年には851カ所へと飛躍的に増大させる等制度の普及や認定した観光	<評定に至った理由> 中期計画の数値目標の達成状況について、外国人観光案内所の満足度について、各年度とも95%以上となり、目標の7割を大きく上回る高い満足度が得られている。 また、ウェブによる情報提供件数は、平成27年度が39.5万件、平成28年度が48.5万件、平成29年度が31.9万件となり、平成29年度のみ数値目標(35万件)を下回った。 TICにおける対面・電話等での情報提供件数は、平成27年度以降、各年度とも目標を下回り、達成率の平均値は70.9%となった。 一方、外国人観光案内所は、平成24年の342カ所から平成29年には911カ所へと飛躍的に増大させる等制度の普及や認定した観光案内所に対する研修等の支援サービスを実施し、質	
			外国人観光案内所向け研修参加者と開催都市数								
			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				
			55人	336人	366人	360人	463人				
			広島市(27)、高松市(28)	東京(294)、札幌市(12)、名古屋市(30)	東京(286)、大阪市(48)、福岡市(32)	東京(326)、仙台市(17)、新潟市(17)	東京(344)、京都市(40)、横浜市(62)、札幌市(17)				
			上記の取組等の結果、中期目標期間中に、全国の認定外国人観光案内所数は911カ所(2.7倍)、カテゴリー3の案内所数は48カ所(6.9倍)に増加した。								
			認定外国人観光案内所数及び最上位のカテゴリー3案内所数								
			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			

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全国の案内所との連携を強化する。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

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全国の案内所との連携を強化する。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

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。外国人観光案内所の認定制度を通じた全国的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。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。

認定外国人観光案内所数	366	528	759	851	911
うち カテゴリー3	7	18	39	49	48

（平成24年度 342カ所 うち7カ所がカテゴリー3）

平成28年度には、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り、それまで年1回であった申請受付を平成28年6月から通年化するとともに、従来約4カ月間かかっていた申請から認定の期間を約60日間へと大幅に短縮した。

【ツーリスト・インフォメーション・センター（TIC）の運営】

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。

- ・民間のノウハウを取り入れた運営  
平成24年度以降、TICの運営を民間事業者へ委託し、民間のノウハウを取り入れた運営を行った。
- ・認定外国人観光案内所への支援サービスの提供  
認定外国人観光案内所に対して電話による多言語（英語、韓国語、中国語）通訳サービスや電話及びメールでの問合せサービスを提供した。
- ・TICの広報強化  
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。
- ・TICのあり方に関する検討  
立地や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利用者視点に立った見直しの検討を行った。
- ・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実施した。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。
- ・大規模災害等発生時の緊急時の電話対応24時間化  
平成26年度に整備した震度6以上（東京23区内は震度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（日本語、英語）について、平成28年4月の熊本地震（震度6以上）の発生以降、通年24時間対応を

97%となり、目標の7割を大きく上回り、非常に高い満足度を得た。

TICは、民間のノウハウを取り入れた運営を行いながら、全国各地の外国人観光案内所へのノウハウ提供、問い合わせ対応支援等を通じた認定外国人観光案内所ネットワークの更なる拡大及び質の向上に貢献し、全国の外国人観光案内所のネットワークの中核としての機能を担った。

平成26年度以降、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（東京23区内は震度5強以上）の地震発生時に、外国人に対する緊急時電話対応（日本語、英語）を24時間可能としており、平成28年度の熊本地震以降、通年24時間対応を実施するとともに、さらに2言語（韓国語、中国語）を追加し、4言語対応の体制を整備した。

平成27年度以降の数値目標であるウェブによる情報提供件数は、平成27年度が39.5万件（数値目標：25万件）、平成28年度が48.5万件（数値目標：30万件）、平成29年度が31.9万件（数値目

案内所に対する研修等の支援サービスを実施し、質的な向上に貢献した。

このように、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、その他は目標を大きく上回り、観光案内所の整備支援業務に積極的に対応す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ので、A評価とする。  
<指摘事項、業務運営上の課題及び改善方策>  
特になし  
<その他事項>  
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ため、評価に問題ない。

的な向上に貢献した。  
このように、TICにおける対面・電話での情報提供件数、平成29年度のウェブによる情報提供件数については、目標を下回ったものの、その他は目標を大きく上回り、観光案内所の増加や観光案内所の整備支援業務に積極的に対応す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。

<今後の課題>  
認定外国人観光案内所とTICの役割分担、連携について見直しを行う。

<p>で見直す。</p>	<p>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。</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。</p> <p>中期目標期間中に、TIC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>実施するとともに、対応言語を2言語（韓国語、中国語）追加した。</p> <p><b>&lt;数値目標の達成状況&gt;</b> <b>【外国人観光案内所の満足度】</b> 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が4段階評価のうち上位2つの評価を得た割合は、中期目標期間中の平均値が97%となり、目標の7割を大きく上回り、非常に高い満足度を得た。</p> <p><b>【TICによる対面・電話での情報提供件数】（平成27年度以降）</b> ・平成27年度から平成29年度までのTICにおける対面・電話等での情報提供件数は、各年度とも目標を下回り、達成率の平均値は70.9%となった。</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、また全国各地の外国人認定観光案内所が増加し、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><b>【ウェブでの情報提供件数】（平成27年度以降）</b> ・ウェブによる情報提供件数は、平成27年度が39.5万件（数値目標：25万件）、平成28年度が48.5万件（数値目標：30万件）、平成29年度が31.9万件（数値目標：35万件）となり、平成29年度のみ数値目標を下回ったが、平成27年度から平成29年度までの平均件数は40万件となり、平成29年度の目標数値を上回った。</p> <p><b>【TICによる情報提供件数（対面・電話・ウェブ）】（平成25年度及び平成26年度）</b> 平成27年3月に中期計画を変更するまでの数値目標指標は、対面、電話、ウェブを通じた情報提供件数の合計であり、平成25年度は数値目標63,000件に対し、実績が166,992件（数値目標達成率265.1%）、平成26年度は数値目標164,000万件に対し、実績が270,829件（数値目標達成率165.1%）となり、いずれも目標を大きく上回る情報提供を実施した。</p>	<p>標：35万件）となり、平成29年度のみ数値目標を下回ったが、平成27年度から平成29年度までの平均件数は40万件となり、平成29年の目標数値を上回っており、ウェブによる情報ニーズの高まりに的確に対応した。</p> <p>平成27年度以降の数値目標である対面・電話による情報提供件数は、各年度とも目標を下回り、達成率の平均値は70.9%となった。</p> <p>対面・電話等による情報提供件数が目標を下回った理由として、ウェブによる情報提供の利用が飛躍的に増えていること、また全国各地の外国人観光案内所の量的及び質的向上により、外国人旅行者が全国各地の案内所で必要な情報が得られるようになってきていること等が挙げられる。</p> <p>TICにおける対面・電話等及びウェブでの情報提供件数は数値目標を下回ったものの、機構による観光案内所の認定・支援業務によって全国の外国人観光案内所数が増加し、上位のカテゴリーへの移行が進むなど、外国人観光案内所のネットワークは拡大し、質・量と</p>		
--------------	---	--	---	---	--	--

					<p>もに充実が図られている。また、英語グローバルサイトの抜本的リニューアルやスマホ用アプリの公開など、機構は外国人観光客のニーズの変化に対応しながら多様な情報入手方法を提供し、サービスの質の向上が図られている。更に、外国人観光案内所に対する機構の支援サービスが非常に高く評価されていることを勘案し、自己評価評定はAとする。</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			
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		
関連する政策・施策		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	

2. 主要な経年データ														
② 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
業務経費の収支	計画値	収入を償う	—	収入を償う	収入を償う	収入を償う	収入を償う	収入を償う	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	△3,287 千円	決算額（千円）					
	達成度	—	—	未達成	達成	達成	未達成	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	11,651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	前年比 6.9%減	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. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間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	主な評価指標等	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	(見込評価)	(期間実績評価)			
						評定	C	評定	C
<p>2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項</p> <p>(2) 国内受入環境整備支援業務</p> <p>通訳案内士試験の代行業務について</p> <p>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</p>	<p>1. 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</p> <p>(2) 国内受入環境整備支援業務</p> <p>①通訳案内士試験業務</p> <p>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</p>	<p>&lt;主な定量的指標&gt;</p> <p>なし</p> <p>&lt;その他の指標&gt;</p> <p>なし</p> <p>&lt;評価の視点&gt;</p> <p>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;</p> <p>「通訳案内士試験ガイドライン」(国土交通省)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。試験の実施にあたっては、広報強化等による出願者数の増加を図るとともに、試験事務の更なる効率化を図り、業務収支の改善に取り組んだ。</p> <p>【試験実施概要】</p> <p>(1) 実施日程</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・願書・施行要領の配付及び願書受付(5月～6月)</li> <li>・筆記試験(8月)</li> <li>・筆記試験合格発表(11月)</li> <li>・口述試験(12月)</li> <li>・最終合格発表(2月)</li> </ul> <p>(2) 試験地</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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、韓国・ソウル、台湾・台北、(平成25年度は中国・北京市)及び準会場</li> <li>・口述試験：東京近郊、大阪近郊、福岡市</li> </ul> <p>(3) 試験科目</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・筆記試験：外国語(10言語※)、日本地理、日本歴史、一般常識</li> <li>・口述試験：外国語(10言語※)の実践的なコミュニケーション能力</li> </ul> <p>(※) 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</p> <p>【受験者数増加の取組】</p> <p>受験者数の拡大を図るため、以下の取組等を実施した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・他機関による検定試験の高得点者を対象とした筆記試験免除に関する広報強化</li> <li>免除対象となる検定試験の実施団体を通じ、通訳案内士試験の広</li> </ul>	<p>&lt;評定と根拠&gt;</p> <p>評定：C</p> <p>「通訳案内士試験ガイドライン」(国土交通省、各年度改訂)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。</p> <p>中期目標期間中、Facebook ページの開設等による試験に関する広報の強化、準会場制度の導入等により受験者の利便性向上に取り組んだ結果、出願者数は平成29年度に11,651人となり、中期目標期間中に倍増した。(平成24年度5,844人)</p> <p>試験事務の効率化にも積極的に取り組み、ウェブ申請対象の拡大、一部試験科目のマークシート方式による採点、情報セキュリティの強化等、受験者数の大幅増加に的確に対応した。</p> <p>一方、受験者数増加に伴い、試験業務経費も増加傾向にあり、中期目標期間のうち、黒字が2カ年、赤字が3カ年となった。</p> <p>収支は前中期期間に比べて改善傾向にあるものの、受験手数料収入で試験業務経費を償うことについて課</p>	<p>評定</p> <p>C</p> <p>&lt;評定に至った理由&gt;</p> <p>機構の実施する通訳案内士試験業務は、受験手数料収入で試験業務経費を償うことが評価指標となっているところである。実施した結果、平成26年及び平成27年は黒字となったものの、平成25年及び平成28年は赤字となった。</p> <p>このように恒常的な黒字の確保に到らなかったため、機構は試験事務効率化の推進等により収支の改善を図る必要があり、評定はC評価とする。</p> <p>&lt;指摘事項、業務運営上の課題及び改善方策&gt;</p> <p>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行う必要がある。</p> <p>&lt;その他事項&gt;</p> <p>特になし。</p>	<p>評定</p> <p>C</p> <p>&lt;評定に至った理由&gt;</p> <p>機構の実施する通訳案内士試験業務は、受験手数料収入で試験業務経費を償うことが評価指標となっているところである。実施した結果、平成26年及び平成27年は黒字となったものの、平成25年、平成28年、平成29年は赤字となった。</p> <p>このように恒常的な黒字の確保に到らなかったため、目標を下回ることとなり、機構は試験事務効率化の推進、広報の強化等により収支の改善を図る必要がある。</p>			

<p>とする。</p>	<p>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。</p>	<p>報を行った。平成 26 年度に新たに免除対象となった TOEIC 高得点取得者を対象とした英語の筆記試験免除に関し、積極的に広報を行った結果、平成 26 年度には 2,243 人、平成 27 年度は 4,567 人が TOEIC の高得点取得者免除制度を利用した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 準会場制度の導入 平成 25 年度に、一定の受験者数確保を要件に、学校等に試験会場を設置する準会場制度を設けた。</li> </ul> <table border="1" data-bbox="825 495 1727 726"> <thead> <tr> <th colspan="6">準会場数及び準会場における受験者数</th> </tr> <tr> <th>年 度</th> <th>平成 25 年度</th> <th>平成 26 年度</th> <th>平成 27 年度</th> <th>平成 28 年度</th> <th>平成 29 年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>準会場数</td> <td>3 カ所</td> <td>8 カ所</td> <td>8 カ所</td> <td>8 カ所</td> <td>10 カ所</td> </tr> <tr> <td>受験者数</td> <td>57 人</td> <td>75 人</td> <td>99 人</td> <td>128 人</td> <td>182 人</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 通訳案内士試験公式 Facebook ページの開設 平成 25 年度に主要 SNS である Facebook を活用した広報を開始し、試験情報や通訳案内士の活動等について情報発信を行った。</li> </ul> <p><b>【試験事務の効率化】</b> 試験事務の公正性・適正性を確保しつつ、以下の事務効率化を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ウェブサイトにおける新規免除申請受付 平成 27 年度に、新規免除申請のオンライン受付を開始した。</li> <li>・ マークシート方式の導入 平成 25 年度に筆記試験の一部におけるマークシート方式による採点を開始し、平成 27 年度に口述試験の採点についてもマークシート方式を導入する等、正確で迅速な集計と事務の効率化を図った。</li> <li>・ 情報セキュリティの強化 平成 28 年度に個人情報をはじめとする機密情報の流出を防ぐシステム対策を講じた。</li> </ul> <p><b>【受験手数料収入及び試験業務経費】</b> 受験者数拡大及び試験事務効率化の取組を行い、収支改善を図ったが、受験者数の増加に伴い、試験業務経費も増加傾向にある。</p> <table border="1" data-bbox="825 1850 1727 1890"> <tr> <td>受験手数料収入及び試験業務経費 (単位：百万円)</td> </tr> </table>	準会場数及び準会場における受験者数						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	準会場数	3 カ所	8 カ所	8 カ所	8 カ所	10 カ所	受験者数	57 人	75 人	99 人	128 人	182 人	受験手数料収入及び試験業務経費 (単位：百万円)	<p>題が残る状況にあるため、自己評価評定はCとする。</p>		
準会場数及び準会場における受験者数																														
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																									
準会場数	3 カ所	8 カ所	8 カ所	8 カ所	10 カ所																									
受験者数	57 人	75 人	99 人	128 人	182 人																									
受験手数料収入及び試験業務経費 (単位：百万円)																														

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
収 入	48	95	144	147	136
支 出	67	87	136	152	140
収 支	△19	9	8	△6	△3
(平成 24 年度 収入 51 百万円 経費 67 百万円 収支△16 百万円)					

4. その他参考情報

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
1-1-3	国際会議等の誘致・開催支援業務		
関連する政策・施策		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	

2. 主要な経年データ															
② 主要なアウトプット（アウトカム）情報							③ 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	3,407件		決算額（千円）					
	達成度	—	—	—	—	204.2%	200.1%	200.4%		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 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%	90.0%		行政サービス実施コスト（千円）					
	達成度	—	—	—	—	130.9%	127.0%	128.6%		従事人員数					
等への外国人参加者予定数 参考：誘致に成功した国際会議 画変更前	計画値	102,000人 (※)中期計 画変更前	—	82,700人 (※)	87,300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. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間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	主な評価指標等	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	(見込評価)	(期間実績評価)								
<p>2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項</p> <p>(3) 国際会議等の誘致・開催支援業務</p> <p>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。これらを始めた各種マーケティング活動の強化を通</p>	<p>1. 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</p> <p>(3) 国際会議等の誘致・開催支援業務</p> <p>①国際会議等の誘致支援業務</p> <p>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</p>	<p>&lt;主な定量的指標&gt;</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>&lt;その他の指標&gt;</p> <p>なし</p> <p>&lt;評価の視点&gt;</p> <p>「2030年にはアジアNo.1の国際会議開催</p>	<p>&lt;主要な業務実績&gt;</p> <p>① 国際会議の誘致支援活動</p> <p>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、地方自治体、コンベンションビューロー等(以下、コンベンション推進機関等)への誘致支援業務の充実化を図った。</p> <p>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、世界的に重要な学術・産業関係の国際会議等の誘致に成功した。</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】</p> <p>世界的なMICE専門見本市・商談会へ参加し、海外の国際会議・インセンティブ旅行主催者等との商談を行った。平成27年度以降は、訪日プロモーション事業の実施主体として、機構が主体となって見本市等への出展事業を実施した。中期目標期間中、国内のコンベンション推進機関等と共同出展して商談を行った主要MICE見本市は以下の通り。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・IT&amp;CM (中国・上海)</li> <li>・IMEX (ドイツ・フランクフルト)</li> <li>・IMEX アメリカ (米国・ラスベガス)</li> <li>・IBTM (スペイン・バルセロナ)</li> <li>・AIME (オーストラリア・メルボルン)</li> </ul> <p>【国際的なMICE関連団体の活動との積極的な関与】</p> <p>ICCA (International Congress and Convention Association) 等の国際的なMICE関連団体の活動等へ積極的に参画し、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、国内のコンベンション推進機関等への情報提供を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ICCA国際会議データベースを活用した誘致案件の発掘(通期)</li> <li>・ICCA総会への参加(毎年)</li> <li>・ICCAアジア太平洋部会ビジネスワークショップへの参加(オーストラリア・ゴールドコースト 平成26年9月、及び福岡市 平成27年11月)</li> <li>・ICCAアソシエーション・ミーティングプログラムへの参加とJapan Nightの開催(福岡市 平成29年6月)</li> </ul>	<p>&lt;評定と根拠&gt;</p> <p>評定：A</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <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、日本における国際会議開催件数は平成29年に過去最多の414件となり、中期目標期間中に21.4%増加した。(平成24年度341件) また、日本における国際会議開催件数は、アジア・太平洋地域で6年連続1位、世界総合ランキングでも6年連続7位となった。</li> <li>・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、平成27年度から平成29年度の商談件数は、いずれの年度も</li> </ul>	<table border="1"> <tr> <th>評定</th> <th>A</th> </tr> <tr> <td colspan="2"> <p>&lt;評定に至った理由&gt;</p> <p>中期計画の数値目標である海外MICE主催者等の商談件数は、平成27年度、平成28年度とも、3,400件を超え、数値目標1,700件を2倍以上、上回ることができた。また、海外側・国内側双方の商談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、9割前後となり、目標の7割を大きく上回る高い評価を得た。</p> <p>さらに、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位を堅持することができた。</p> <p>以上より、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ため、A評価とする。</p> <p>&lt;指摘事項、業務運営上の課題及び改善方</p> </td> </tr> </table>	評定	A	<p>&lt;評定に至った理由&gt;</p> <p>中期計画の数値目標である海外MICE主催者等の商談件数は、平成27年度、平成28年度とも、3,400件を超え、数値目標1,700件を2倍以上、上回ることができた。また、海外側・国内側双方の商談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、9割前後となり、目標の7割を大きく上回る高い評価を得た。</p> <p>さらに、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位を堅持することができた。</p> <p>以上より、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ため、A評価とする。</p> <p>&lt;指摘事項、業務運営上の課題及び改善方</p>		<table border="1"> <tr> <th>評定</th> <th>A</th> </tr> <tr> <td colspan="2"> <p>&lt;評定に至った理由&gt;</p> <p>中期計画の数値目標である海外MICE主催者等の商談件数は、平成27年度～平成29年度にかけて、いずれも3,400件を超え、数値目標1,700件を2倍以上、上回ることができた。</p> <p>また、海外側・国内側双方の商談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、平成27年度～平成29年度にかけて、いずれも9割前後となり、目標の7割を大きく上回る高い評価を得た。</p> <p>さらに、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、2017年の日本における国際会議開催件数は過去最多の414件となり、アジア・オセアニア・中近東地域で6年連続1</p> </td> </tr> </table>	評定	A	<p>&lt;評定に至った理由&gt;</p> <p>中期計画の数値目標である海外MICE主催者等の商談件数は、平成27年度～平成29年度にかけて、いずれも3,400件を超え、数値目標1,700件を2倍以上、上回ることができた。</p> <p>また、海外側・国内側双方の商談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、平成27年度～平成29年度にかけて、いずれも9割前後となり、目標の7割を大きく上回る高い評価を得た。</p> <p>さらに、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、2017年の日本における国際会議開催件数は過去最多の414件となり、アジア・オセアニア・中近東地域で6年連続1</p>	
評定	A													
<p>&lt;評定に至った理由&gt;</p> <p>中期計画の数値目標である海外MICE主催者等の商談件数は、平成27年度、平成28年度とも、3,400件を超え、数値目標1,700件を2倍以上、上回ることができた。また、海外側・国内側双方の商談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、9割前後となり、目標の7割を大きく上回る高い評価を得た。</p> <p>さらに、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位を堅持することができた。</p> <p>以上より、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ため、A評価とする。</p> <p>&lt;指摘事項、業務運営上の課題及び改善方</p>														
評定	A													
<p>&lt;評定に至った理由&gt;</p> <p>中期計画の数値目標である海外MICE主催者等の商談件数は、平成27年度～平成29年度にかけて、いずれも3,400件を超え、数値目標1,700件を2倍以上、上回ることができた。</p> <p>また、海外側・国内側双方の商談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、平成27年度～平成29年度にかけて、いずれも9割前後となり、目標の7割を大きく上回る高い評価を得た。</p> <p>さらに、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、2017年の日本における国際会議開催件数は過去最多の414件となり、アジア・オセアニア・中近東地域で6年連続1</p>														

<p>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。</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>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。</p> <p>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</p>	<p>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。</p>	<p>・IAPCO(International Association of Professional Congress Organizers)東京総会と連携したMICEシンポジウムの実施（東京 平成30年2月）</p> <p>・INCON Group（グローバルPCOのアライアンス）と連携したMICE従事者上級者セミナーの実施（大阪 平成30年2月）</p> <p><b>【MICEブランドイメージの確立とMICE情報発信】</b></p> <p>海外のMICE主催者等には英語等の主要言語、国内の国際会議主催者等には日本語にて、MICE関連情報の発信を行った。情報発信にあたっては、ウェブサイト、動画、冊子、広告等、様々な手法を活用し、日本でのMICE開催を訴求する情報発信を行った。</p> <p>平成26年度に観光庁により策定された新たな日本のMICEブランド「Japan. Meetings &amp; 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。平成29年度よりブランド・エレメントをリニューアルし、ブランディング・キャンペーンを実施し、また3年間に亘るブランド・コミュニケーション戦略を策定した。</p> <p><b>【国際会議キーパーソン招請】</b></p> <p>国際会議の開催地決定に影響力のある海外のキーパーソンを日本へ招請し、国内関係者との商談会、視察等を実施した。</p> <table border="1" data-bbox="931 1125 1872 1444"> <thead> <tr> <th colspan="6">国際会議キーパーソン招請による招請人数等</th> </tr> <tr> <th>年度</th> <th>平成25年度</th> <th>平成26年度</th> <th>平成27年度</th> <th>平成28年度</th> <th>平成29年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>招請人数数</td> <td>6人</td> <td>9人</td> <td>20人</td> <td>11人</td> <td>12人</td> </tr> <tr> <td>視察都市数</td> <td>6都市</td> <td>9都市</td> <td>17都市</td> <td>8都市</td> <td>12都市</td> </tr> <tr> <td>商談を実施した都市数</td> <td>9都市</td> <td>9都市</td> <td>21都市</td> <td>20都市</td> <td>24都市</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>【グローバルMICE都市への支援】</b></p> <p>観光庁が認定するグローバルMICE都市（※）に対し、海外のMICE専門誌による取材・記事広告の掲載、セミナー・シンポジウム等への協力を行った。</p> <p>（※）グローバルMICE都市：平成25年度にグローバルMICE戦略都市として、東京、横浜市、愛知県名古屋市、京都市、大阪府大阪市、神戸市、福岡市の7都市、平成27年度にグローバルMICE強化都市として、札幌市、仙台市、千葉県千葉市、広島市、北九州市の5</p>	国際会議キーパーソン招請による招請人数等						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	招請人数数	6人	9人	20人	11人	12人	視察都市数	6都市	9都市	17都市	8都市	12都市	商談を実施した都市数	9都市	9都市	21都市	20都市	24都市	<p>3,400件を超え、数値目標1,700件を2倍以上、上回った。</p> <p>・海外側・国内側双方の商談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、平成27年度から平成29年度の平均が約9割となり、目標の7割を大きく上回る高い評価を得た。</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都市（国内12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、平成27年度に富山市、広島市等、平成28年度に奈良市、高松市、宮崎市等、平成29年度に札幌市等で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ながら国際会議の誘致支援を行った。MICEアンバサダーによる国際会議の開催は、平成27年度から平成29年度までの間に20件となった。</p> <p>・インセンティブ旅行の誘致については、東アジア、東南アジア等の有望市場に対する</p>	<p>策&gt;</p> <p>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み、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。</p> <p>&lt;その他事項&gt; 特になし。</p>	<p>位を堅持することができた。</p> <p>以上より、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>
国際会議キーパーソン招請による招請人数等																																				
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																															
招請人数数	6人	9人	20人	11人	12人																															
視察都市数	6都市	9都市	17都市	8都市	12都市																															
商談を実施した都市数	9都市	9都市	21都市	20都市	24都市																															

る。  
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。

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。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。

②国際会議の開催支援業務

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。

都市が選定された。現在、12都市を統一的にグローバルMICE都市と呼称。

【国内主催者等との関係強化による国際会議誘致支援活動の強化】

平成25年度に始まったMICEアンバサダープログラムにより、学術・学会関係者等、国内主催者等をMICEアンバサダーとして委嘱・認定し、ネットワーク化することにより国内主催者との関係強化を図った。同制度の運営は、平成27年度に観光庁から機構が引き継ぎ、MICEアンバサダーに対する誘致支援プログラムの提供等を通じて、平成27年度に4件、平成28年度に10件、平成29年度に6件の国際会議誘致に成功した。平成29年度末時点で、MICEアンバサダーは55人体制で運営。

MICEアンバサダーの委嘱件数・認定人数				
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
8件	5件	16件	18件	12件

※平成25年度及び平成26年度は観光庁より委嘱。

MICEアンバサダーによる国際会議誘致成功事例：

- ・世界博物館大会 2019年に京都市で開催予定 参加者2,500人（うち外国人2,000人）
- ・国際義肢装具協会世界大会 2019年に神戸市で開催予定 参加者5,000人（うち外国人3,000人）
- ・国際自動制御連盟総会 2023年に横浜市で開催予定 参加者3,000人規模（うち外国人1,500人）

国内の学術・学会関係者を対象とした国際会議主催者セミナーを毎年開催し、MICEアンバサダー等による国際会議誘致・開催のノウハウ共有を図ったほか、国際会議の誘致・開催のベストプラクティスを表彰する国際会議誘致・開催貢献賞の授与を毎年実施し、国内最大のMICE見本市・国際ミーティング・エキスポの会場で授賞式を開催した。

国際会議誘致・開催貢献賞の授与件数				
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
12件	12件	11件	13件	13件

上記取組等の結果、平成25年度以降に日本で開催することが決まったグローバルMICE都市等で開催される参加者2千人以上の大型国

取組を強化し、セミナー・商談会開催等の取組を拡充するなど、積極的な誘致活動を展開したほか、インセンティブ旅行のポータルサイト（英語、韓国語、中国語）を平成28年度に開設した。

・さらに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平成28年度に創設し、海外から応募のあった訪日インセンティブ旅行の中から、大賞、企画賞、貢献賞を発表・表彰した。

・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、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こと、また訪日インセンティブ旅行誘致に関する取組も積極的に拡充している。

平成27年度以降の商談件数の達成度が3年連続で200%を超え、参加者の満足度も120%を超えていること、また、国際会議だけではなく、訪日インセンティブ旅行の誘致の取り組みにおいても成果を挙げている事、海外競合国・地域との誘致競争が激しさを増す中、日本で開催される国際会議開催件数の増加率が、世界全体の増加率を上回り、国際会議開催件数のランキングにおいて、日本が

**数値目標**

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。

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。

際会議、また地方各都市の特性及び収容規模等を活かした中小規模の国際会議は以下の通り。

名称	開催年	開催都市	参加者数 (うち外国人)
アジア太平洋 ITS フォーラム	2018年	福岡市	約3,000人 (1,000人)
国際リハビリテーション医学会	2019年	神戸市	約7,000人 (3,000人)
世界地震工学会議	2020年	仙台市	約3,000人 (1,500人)
国際人工知能会議	2020年	名古屋市	約2,500人 (2,000人)
世界核医学会議	2022年	京都市	約3,500人 (1,500人)

名称	開催年	開催都市	参加者数 (うち外国人)
電磁波工学研究の進歩に関する国際会議	2018年	富山市	約1,200人 (600人)
国際行動神経科学会	2017年	広島市	約300人 (200人)
言語リソース評価に関する会議	2018年	宮崎市	約1,000人 (800人)
地球大気化学国際共同研究計画国際会議	2018年	高松市	約600人 (550人)
国際妊婦高血圧症会議	2020年	奈良市	約500人 (300人)
国際電波化学連合(URSI)総会	2023年	札幌市	約1,200人 (500人)

日本における国際会議の開催件数は、世界における国際会議の開催件数の伸率(12.6%増)を上回る伸率(21.4%増)で増加しており、国際会議開催国としてアジア・太平洋地域で6年連続1位、世界総合ランキング第7位を6年連続で堅持している。

(参考) 国際会議開催件数 (出展: ICCA 統計)					
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

アジア・太平洋地域で6年連続1位、世界総合ランキングでも6年連続7位となったことに貢献した質的成果を踏まえ、自己評価評価はAとする。

全世界	11,685 件	11,505 件	12,076 件	12,227 件	12,563 件
うち日本	342件	337件	355件	410件	414件

※ 平成 24 年：世界 11,156 件中、日本 341 件

**【訪日インセンティブ旅行の誘致拡大】**

訪日インセンティブ旅行の誘致拡大を図るため、訪日インセンティブ旅行の海外主要市場において、商談会・セミナーを開催した。

インセンティブセミナー・インセンティブマートの開催都市	
平成 25 年度	台湾・台北、韓国・ソウル、釜山、タイ・バンコク、オーストラリア・シドニー
平成 26 年度	台湾・台北、韓国・ソウル、釜山、タイ・バンコク、オーストラリア・シドニー
平成 27 年度	平成 27 年度 台湾・台北、台中、高雄、インドネシア・ジャカルタ、シンガポール、マレーシア・クアラルンプール、韓国・ソウル (2 回)、釜山、タイ・バンコク
平成 28 年度	台湾・台北、台中、高雄、インドネシア・ジャカルタ、シンガポール、マレーシア・クアラルンプール、韓国・ソウル (2 回)、釜山、タイ・バンコク
平成 29 年度	中国・北京、台湾・台北、台中、高雄、インドネシア・ジャカルタ、シンガポール、マレーシア・クアラルンプール、韓国・ソウル (2 回)、タイ・バンコク、オーストラリア・シドニー

また、訪日インセンティブ旅行の需要喚起を図るため、インセンティブ旅行のポータルサイト（英語、韓国語、中国語簡体字、中国語繁体字）を平成 28 年度に開設し、インセンティブ旅行に関する情報発信を拡充した。

**【訪日インセンティブ旅行の表彰制度の創設】**

日本初となる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平成 28 年度に創設し、各国から寄せられた応募案件を審査し、各年度に大賞、企画賞、貢献賞を発表・表彰した。受賞したインセンティブ旅行は、機構のウェブサイトに掲載し、開催地の特色を活かした訪日インセンティブ旅行事例として公表した。

上記の取組等の結果、訪日インセンティブ旅行の誘致成功件数は中期目標期間中に 3.6 倍、人数は 2.7 倍と大幅に増加した。

インセンティブ旅行の誘致成功件数・人数				
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
1,040 件	1,627 件	1,757 件	1,948 件	2,187 件
82,696 人	123,879 人	122,439 人	131,656 人	169,489 人

※ 平成 24 年 : 600 件、61,741 人

②国際会議の開催支援業務

誘致が決定した国際会議の開催を円滑に進めるため、人材育成を目的としたセミナーの開催及び寄附金募集・交付金交付制度を運営した。

【人材育成】

MICE 産業を支える人材育成を行うため、初級者対象のセミナー及び中上級者対象のセミナーを開催した。

MICE セミナー参加者数					
	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
初級者 対象	48 人	67 人	62 人	55 人	63 人
中上級者 対象	54 人	35 人	23 人	25 人	13 人

【寄附金募集・交付金交付制度の運営】

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。

寄附金募集が決定した国際会議件数				
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
8 件	7 件	3 件	10 件	5 件

交付金を交付した国際会議件数及び交付額					
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
件 数	7 件	8 件	7 件	2 件	8 件
交付額	42 百万円	55 百万円	54 百万円	48 百万円	54 百万円

<数値目標の達成状況>

【商談件数】(平成 27 年度以降の数値目標)

			<p>平成 27 年度以降、より幅広い事業パートナーに対して積極的に MICE 関連見本市・商談会への参加募集を行った結果、参加団体数が増え、複数の主要見本市の出展規模を拡大して商談を行うことができ、国際会議・インセンティブ旅行主催者等への働きかけを強化することができた。</p> <p>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平成 27 年度に 3,471 件、平成 28 年度に 3,401 件、平成 29 年度に 3,407 件となり、各年度とも目標の 1,700 件を 2 倍以上、上回った。</p> <p><b>【商談参加者評価】</b>（平成 27 年度以降の数値目標）  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平成 27 年度に 91.6%、平成 28 年度に 88.9%、平成 29 年度に 90.0%と、目標の 7 割を大幅に上回る高い満足度が得られた。</p> <p><b>【誘致に成功した国際会議等への外国人参加者予定数】</b>（平成 25 年度及び平成 26 年度の数値目標）  変更前の当初中期計画の数値目標であった機構が誘致に成功した国際会議等への外国人参加予定者数については、平成 25 年度に 92,128 人、平成 26 年度に 103,528 人となり、各年度の年度計画における数値目標を 111.4%、118.6%上回った。</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			
2-1	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)	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

3. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間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	主な評価指標等	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	(見込評価)	(期間実績評価)	
3. 業務運営の効率化に関する事項  (1) 組織運営の効率化  「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)、「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	2. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置  (1) 組織運営の効率化  「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)、「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	<主な定量的指標> なし  <その他の指標> なし  <評価の視点> 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	<主要な業務実績> 中期目標及び中期計画に記載の政府方針等を受け、それまで観光庁が実施していた訪日プロモーション事業を平成 27 年から原則として機構が中心となって実施することとなり、平成 26 年度の補正予算事業から機構による訪日プロモーション事業の実施を開始した。訪日プロモーション事業の適切かつ効果的な展開を図るため、新たな経営理念の策定、本部組織再編、海外事務所体制の拡充等を行い、組織の機能強化を進めた。  【組織運営の効率化】 訪日プロモーション事業の実施主体となるにあたり、平成 27 年度に新たな経営理念を策定した。策定にあたっては、職員全員が参加した議論や有識者のご意見を踏まえ、経営理念においては、4 つの約束をビジョンとして、また機構が果たすべき 4 つの役割をミッションとして定めた。また、平成 27 年度に経営理念推進プロジェクトチームを立ち上げ、組織内における経営理念の浸透、実践促進に向けた研修等の各種取組を実施した。 平成 29 年 1 月に機構の本部事務所移転に伴い、新たな組	<評定と根拠> 評定：A  平成 27 年度以降、訪日プロモーション事業の実施主体として適切・適正な執行を担う業務体制を整備するため、監査室の新設を含む本部組織の再編を行うとともに、今中期計画期間中に海外事務所を新たに 7 カ所開設し、海外事務所のネットワークを 13 事務所体制から 20 事務所体制へと拡充した。  平成 27 年度以降、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	評定 A  <評定に至った理由> 訪日プロモーション事業の実施主体となったことを受け、平成 27 年に監査室の新設や平成 28 年に海外事務所 6 カ所の新設を含む本部及び海外の組織再編を実施による人員体制の強化を図ることで、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果的かつ効果的な組織運営を行うことができ、訪日外国人旅行者 2,404 万人の達成に大きく貢献した。このように、中期計画の所期の目標を上回る成果が得られて	評定 A  <評定に至った理由> 訪日プロモーション事業の実施主体となったことを受け、平成 27 年に監査室の新設、平成 28 年に海外事務所 6 カ所の新設、平成 29 年には、グローバルマーケティング部、地域プロモーション連携室及びデジタルマーケティング室新設を含む本部及び海外の組織再編を実施し、組織体制を強化した。 この結果、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果的かつ効果的な組織運営を行うことができ、	

<p>『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。</p> <p>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。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</p>	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>また、「独立行政法人改革等に関する基本的地方方針」（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</p>	<p>るか。</p> <p>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>織ロゴ及びタグライン「日本の魅力を、日本のチカラに。」を定め、コーポレート・アイデンティティの構築を行った。</p> <p><b>【本部組織再編】</b> 平成27年に機構が訪日プロモーション事業の実施主体となったことに伴い、本部機能を強化するため本部組織を再編した。具体的には、より戦略的に訪日プロモーション事業を実施していくため、誘致戦略策定や調査・マーケティング機能を担うインバウンド戦略部を新設するとともに、組織ガバナンス強化のため、監査室を新設した。</p> <p>本部組織体制（平成27年4月）：1室4部 監査室（新設） 経営管理部 インバウンド戦略部（新設） 海外プロモーション部 コンベンション誘致部</p> <p>さらに、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、平成28年度にグローバルマーケティング部を新設する組織再編を決定し、人員配置を含む諸準備を実施した（新体制の施行は平成29年4月）。</p> <p>本部組織体制（平成29年4月）：1室5部 監査室 経営管理部 インバウンド戦略部 海外プロモーション部 グローバルマーケティング部（新設） コンベンション誘致部</p> <p>また、平成29年には、インバウンド戦略部に地域プロモーション連携室、グローバルマーケティング部内にデジタルマーケティング室を設置したほか、部署横断的な組織として「ラグビーワールドカップ2019日本大会・2020オリンピック・パラリンピック東京大会観光戦略推進室」を発足させた。</p> <p><b>【海外事務所の新設】</b> 海外現地におけるプロモーション体制強化のため、平成</p>	<p>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。</p> <p>海外事務所の体制強化のため、平成27年度に現地採用職員を各事務所増員した（1事務所は前年度に前倒しで増員）した。</p> <p>本部及び海外事務所の職員が一丸となって業務に取り組むため、職員全員を巻き込んだ議論も踏まえ、組織の目指す方向性を共有する新たな経営理念を平成27年度に策定し、以降、経営理念の浸透と実践促進を図る研修等の各種取組を実施した。</p> <p>平成25年12月の閣議決定により、機構が訪日プロモーション事業の実施主体となる政府方針が示されてから、極めて限られた期間で、本部組織再編、海外事務所開設等を通じて、訪日プロモーション事業の効果的・効率的実施を担う組織機能の強化を進めており、自己評価評価はAとする。</p>	<p>いると認められるため、A評価とする。</p> <p>&lt;今後の課題&gt; 特になし</p> <p>&lt;その他事項&gt; 特になし</p>	<p>訪日外国人旅行者2,869万人の達成に大きく貢献した。</p> <p>このように、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>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>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>25年度にインドネシア・ジャカルタに新事務所を開設し、平成28年度に以下の6事務所を開設した。これにより、海外事務所ネットワークは、平成24年度の13事務所体制から平成28年度の20事務所体制へと拡充した。</p> <p>海外事務所の開設：</p> <p>平成25年度 インドネシア・ジャカルタ事務所 平成26年3月20日開設</p> <p>平成28年度 ロシア・モスクワ事務所 平成28年12月16日開設</p> <p>ベトナム・ハノイ事務所 平成29年2月27日開設</p> <p>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</p> <p>インド・デリー事務所 平成29年3月30日開設</p> <p>スペイン・マドリード事務所 平成29年3月30日開設</p> <p>イタリア・ローマ事務所 平成29年3月30日開設</p> <p>また、平成27年度以降、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。これにより、海外事務所における迅速な意思決定や臨機応変な対応により、諸外国との競争に打ち勝つ効果的な外客誘致活動が開始されるとともに、海外での直接契約が可能となることで、海外の消費者にダイレクトに働きかける、外国人目線でのプロモーションが実現した。</p> <p>なお、海外事務所体制の強化を図るため、平成27年度に全海外事務所において現地職員を増員（1事務所は、前年度に前倒しで増員）した。</p> <p>海外事務所については、毎年度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・定性的に把握することにより、予算や人員等の経営資源の配分等について見直しを行った。</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			
2-2	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%	+3.9%	

3. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間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	主な評価指標等	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		(見込評価)		(期間実績評価)	
3. 業務運営の効率化に関する事項  (2) 業務運営の効率化  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	2. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとすべき措置  (2) 業務運営の効率化  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	<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	<主要な業務実績> ① 効率化目標の設定等 平成 29 年度の一般管理費(※1)は、本部及び海外事務所の体制強化による管理費用の増(約 6,300 万円)、国の統一基準に準拠した情報セキュリティ対策費用の増(約 1,200 万円)等により、また、業務経費(※2)は、ICT インフラの更改(1 億 4,100 万円)、EU 一般データ保護規則(GDPR)本格施行への対応による増(約 1,900 万円)等により、平成 24 年度に対して+19.48%となり、中期計画で定める毎年度平均の効率化比率も+3.9%となったものの、平成 25 年度から平成 28 年度の 4 カ年については、一般競争入札の活用や業務執行方法の改善等を行うことにより目標を達成することができた。  (※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 25 年度及び平成 26 年度については、平成 22 年 6 月		<評定と根拠> 評定：B  効率化対象経費について、平成 29 年度は業務運営の効率化に努めたが、本部及び海外事務所の体制強化に伴う費用増や、ICT インフラ整備及び情報セキュリティ対策を要したことから、中期計画で定める毎年度平均の効率化比率は+3.9%となったものの、平成 25 年度から平成 28 年度の 4 カ年については、一般競争入札の活用や業務執行方法の改善等を行うことにより目標を達成することができた。  平成 27 年度以降、調達等合理化の取組にあたって		評定 B  <評定に至った理由> 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となっている経費について、毎年度平均 1.25%(平成 24 年度比)の効率化目標に対し、毎年度平均の効率化比率は 7.22%の減となり、適正な取組を行っているところ。さらに、「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」(総務大臣決定)に基づき、平成 27 年以降、調達等合理化計画を策定・公表するとともに、調達等合理化の取組について毎年度契約監視委員会の点検を受ける等目標の水準を満たしてい		評定 B  <評定に至った理由> 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となっている経費について、毎年度平均 1.25%(平成 24 年度比)の効率化目標が設定されているところ、29 年度については、体制強化による管理費用の増加などにより、3.9%の増となり、目標を下回った。しかしながら、29 年度までの毎年度平均の効率化比率は 3.83%の減となった。  さらに、「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」(総務大臣決定)に基づき、平成 27 年以降、調達等合理	

<p>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）。</p> <p>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、手当を含め役職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、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り組みを踏まえ、厳しく見直すものとする。</p> <p>②調達等合理化の取組</p> <p>「独立行政法</p>	<p>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）。</p> <p>②調達等合理化の取組</p> <p>「独立行政法</p>	<p>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、業務運営の効率化を図っているか。</p>	<p>に策定・公表した随意契約等見直し計画に基づき、毎年度、フォローアップを行った。</p> <p>平成27年度以降は、「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）に基づき、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作成し、契約監視委員会の点検を経て公表するとともに、取組結果・効果について毎年度、自己評価を行い、契約監視委員会の点検を受けた。</p> <p>【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】</p> <p>(1) 訪日プロモーション事業の企画競争実施にあたっての要件審査の充実及び迅速化並びに計画的な事業実施（平成28年度計画）</p> <p>平成28年度に要件審査に係るチェックリストを導入し、要件審査の充実・迅速化を図った。</p> <p>チェックリストによる要件審査実施件数：</p> <p>平成28年度 54件 平成29年度 120件</p> <p>(2) 企画競争の一者応募の見直し（平成27年度及び平成28年度計画）</p> <p>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、企画書を提出しなかった理由を把握することにより、機構の取組により改善できる余地がないか検討した。アンケート結果では、7割の回答者が自社都合、履行困難等、事業者側の理由であったが、提出期限に余裕がなかったとの回答も少数あったことから、要件審査の更なる迅速化を図ることとした。</p> <p>競争性のある契約のうち一者応札・応募件数：</p> <p>(平成25年度 29件中、12件(41.4%)) (平成26年度 84件中、22件(26.2%)) 平成27年度 118件中、39件(33.1%) 平成28年度 169件中、43件(25.4%) 平成29年度 120件中、23件(19.2%)</p>	<p>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、毎年度、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。</p> <p>平成27年度以降、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。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、各年度とも契約監視委員会による点検を受けた。</p> <p>以上のとおり、業務運営の効率化に努めたものの、本部及び海外事務所の体制強化に伴う費用増や、ICTインフラ整備及び情報セキュリティ対策を要したことから、平成29年度については中期計画で定める毎年度平均の効率化比率が目標である-1.25%を下回ったが、平成25年度から平成28年度までの4カ年については、目標を達成したため、自己評価評価はBとする。</p>	<p>るため、B評価とする。</p> <p>&lt;今後の課題&gt; 特になし &lt;その他事項&gt; 特になし</p>	<p>化計画を策定・公表するとともに、調達等合理化の取組について毎年度契約監視委員会の点検を受ける等、調達の合理化を図った。</p> <p>このため、中期計画における所期の目標を達成していると認められる。</p> <p>&lt;今後の課題&gt; 効率化対象経費の目標達成に向けて、一般競争入札の更なる活用等により、一般管理費の更なる削減と業務運営の効率化を進める必要がある。</p>
--	--	---	---	---	---	--

<p>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>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>(3) 障害者就労施設等からの優先調達(平成 27 年度及び平成 28 年度計画)      調達可能な物品等の確認を行い、積極的に組織内で活用を周知し、平成 28 年度は調達品目、件数、金額ともに拡大した。</p> <p>障害者就労施設等からの調達件数：      平成 27 年度 5 件 83 千円      平成 28 年度 12 件 1,120 千円      平成 29 年度 19 件 1,663 千円</p> <p>(4) 物品等調達におけるオープンカウンター方式の導入(平成 27 年度計画)      オープンカウンター方式の調達を実施し、見積書を聴取する事務の効率化を図った。      平成 28 年度は、オープンカウンター方式による調達情報をウェブサイトに掲載する際、調達物品等の内容をより詳細に掲載する等の改善を図り、実施件数が拡大した。</p> <p>オープンカウンター方式の実施件数：      平成 27 年度 36 件      平成 28 年度 60 件      平成 29 年度 57 件</p> <p><b>【調達等合理化計画における調達に関するガバナンスの徹底】</b>      ・新たな随意契約に関する内部統制の確立      競争性のない随意契約を新たに締結した案件について、随意契約によることができる事由の整合性や、より競争性のある調達手続きの可否の確認の観点から監査室による独立した立場からの点検を実施した。</p> <p>監査室による新たに締結した随意契約点検件数：      平成 27 年度 27 件      平成 28 年度 45 件      平成 29 年度 34 件</p> <p>・職員のスキルアップ      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適切に対応するため、調達に関わる研修を実施した。</p>			
---	---	---	--	--	--

			<p>調達に関する研修の実施：</p> <p>平成 27 年度 本部職員研修、赴任前研修</p> <p>平成 28 年度 赴任前研修、海外事務所研修（バンコク事務所、シンガポール事務所）</p> <p>平成 29 年度 赴任前研修、海外事務所研修（デリー事務所）</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)	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

3. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間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	主な評価指標等	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		(見込評価)		(期間実績評価)					
3. 業務運営の効率化に関する事項  (3) 関係機関との連携強化  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	2. 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) 関係機関との連携強化  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	<主な定量的指標> なし  <その他の指標> なし  <評価の視点> 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。	<主要な業務実績> 以下の取組を通じて在外公館を始めとする関係省庁・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。  【在外公館等との連携】 平成 27 年度以降、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実施した。 平成 27 年度：26 件、平成 28 年度：22 件、平成 29 年度：21 件  在外公館等連携事業の例： ・日本祭り参加、現地旅行会社招請 (ブラジル・サンパウロ及び日本各地) 在ブラジル日本国大使館等と連携 (平成 27 年度から平成 29 年度)  【官民連携】 平成 27 年度以降、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、官民連携事業として事業化した。 平成 27 年度：9 件、平成 28 年度：6 件、平成 29 年度：4 件		<評価と根拠> 評価：B  在外公館・他国政府観光局・関係機関・民間事業者等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し、各関係者の強みを生かした費用対効果の高い共同プロモーション等を実施した。  平成 27 年度以降、毎年、20 件以上の在外公館等との連携事業を実施したほか、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官民連携事業の事業アイデアを公募し、民間企業等のアイデアを事業化した。		評価	B	<評価に至った理由> 機構は、在外公館連携及び官民連携事業の実施や他国政府観光局等と覚書・協定の締結等在外公館・他国政府観光局・関係機関・民間事業者等との連携を強化したことにより、各関係者の強みを生かしたプロモーション等の事業を実施した。 さらに、「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、関係機関の海外事務所と共用化・近接化を進めたほか、国際交流基金と機構の本部事務所共用化について、平成 28 年 1 月に実現しているものと認められることから、B 評		評価	B	<評価に至った理由> 機構は、毎年度、在外公館連携及び官民連携事業の実施や他国政府観光局等と覚書・協定の締結等在外公館・他国政府観光局・関係機関・民間事業者等との連携を強化してきた。さらに、「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、関係機関の海外事務所と共用化・近接化を進めたほか、国際交流基金と機構の本部事務所共用化について、平成 28 年 1 月に実現しているものと認められる。	

<p>効率的・効果的な体制を構築する。</p>	<p>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>官民連携事業の例：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ツーリング等を通じた日本各地の魅力発信による訪日旅行促進事業（平成 29 年度） アドフロンテと連携し、香港、タイ、ドイツ、イタリア、スペイン等欧州市場で実施。</li> </ul> <p>【関係機関との連携協定等】</p> <p>関係機関とインバウンド促進に資する連携体制構築のため、以下の覚書、協定等を締結し、各関係機関と事業連携等を実施した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「訪日外国人増加に向けた共同行動計画」（平成 25 年 6 月） 経済産業省、日本貿易振興機構、観光庁、機構の 4 者が策定 連携事業例： 観光・音楽・マンガの共同プロモーション「JAPAN WEEKEND」（平成 28 年度はマレーシア・クアラルンプール、平成 27 年度はタイ・バンコク）</li> <li>・「日仏間観光協力に関する声明」（平成 25 年 6 月） 観光庁、フランス観光開発機構、機構の 3 者が調印 連携事業例： 共通のビジュアルを活用した交通広告の実施、及び両国の観光魅力を紹介するリーフレット発行</li> <li>・「双方向観光交流拡大及び地方観光活性化に関する包括連携協力協定」（平成 26 年 7 月） 日本観光振興協会、日本旅行業協会、機構の 3 者が締結</li> <li>・業務連携に関する覚書（平成 26 年 9 月） クールジャパン機構、機構の 2 者が締結</li> <li>・観光分野での相互協力を目的とした覚書（平成 26 年 9 月） 英国政府観光庁、機構の 2 者が締結 連携事業例： 在英国日本国大使館にて日英観光シンポジウム開催（平成 26 年度）</li> <li>・「日星外交関係樹立 50 周年における協力覚書」（平成 28 年 1 月） シンガポール政府観光局、機構の 2 者が締結 連携事業例： 両国航空会社との共同訪日キャンペーン（平成 27 年度）</li> </ul>	<p>さらに、インバウンド促進に資する協力関係構築のため、関係団体、他国政府観光局等と覚書、協定等を締結し、共同事業の実施やノウハウの共有を行った。</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、事業連携の強化を図るため、関係機関の海外事務所と共用化・近接化を進めたほか、国際交流基金と機構の本部事務所共用化について平成 26 年度に工程表を作成し、工程表に基づき、平成 28 年 1 月に機構が移転することにより、国際交流基金と本部事務所の共用化を行った。平成 28 年度に国際交流基金と締結した相互連携に関する覚書に基づき、事業連携を図った結果、共同企画「日本語スタディ・ツアー」が実現し、9 カ国から約 430 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実施する等の顕著な成果を上げた。</p> <p>以上のことから、関係機関との連携強化について着実な取組状況にあり、目標水準を十分満た</p>	<p>価とする。</p> <p>&lt;今後の課題&gt; 特になし</p> <p>&lt;その他事項&gt; 特になし</p>	
-------------------------	---------------------------------------	--	---	--	--	--

			<p>・「国際文化交流及び訪日旅行の促進に向けた相互連携に関する協定」(平成 28 年 5 月)</p> <p>国際交流基金、機構の 2 者が締結  連携事業例：共同企画「日本語スタディ・ツアー」(平成 28 年度) 9 カ国から 430 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実施。</p> <p><b>【事務所の共用化・近接化】</b>  「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、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事業連携強化等を図るため、海外事務所の共用化・近接化を進めた。  また、平成 29 年 1 月に機構の本部事務所が有楽町から四谷に移転することにより、国際交流基金の本部事務所との共用化を行った。</p>	<p>しているものと認められることから、自己評価評価はBとする。</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			
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)	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

3. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間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	主な評価指標等	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	(見込評価)		(期間実績評価)																				
3. 業務運営の効率化に関する事項	2. 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	<主な定量的指標> なし	<主要な業務実績> 独立行政法人通則法の改正（平成 26 年 6 月改正、平成 27 年 4 月施行）及び平成 27 年から機構が訪日プロモーション事業の実施主体となったことを踏まえ、内部統制に必要な以下の取組を実施した。			<評定と根拠> 評定：B																						
(4) 内部統制の充実	(4) 内部統制の充実	<その他の指標> なし	【内部規程等の整備・周知、研修】 独立行政法人通則法の改正（平成 26 年 6 月改正、平成 27 年 4 月施行）に対応し、平成 27 年 4 月に業務方法書の改正を行うとともに、内部統制の推進に関する規程、内部監査規程、情報セキュリティの確保に関する規程等を新たに施行し、役職員に周知した。			<table border="1"> <tr> <th>評定</th> <th>B</th> <th>評定</th> <th>B</th> </tr> <tr> <td colspan="4">&lt;評定に至った理由&gt;</td> </tr> <tr> <td colspan="2">独法通則法の改正を踏まえ、業務方法書、内部統制、監事監査、内部監査、個人情報保護等に関する規程を整備し、海外事務所を含め全役職員に周知し、規定の遵守させるための取組を行った。</td> <td colspan="2">独法通則法の改正を踏まえ、業務方法書、内部統制、監事監査、内部監査、個人情報保護等に関する規程を整備し、海外事務所を含め全役職員に周知し、規定の遵守させるための取組を行った。</td> </tr> <tr> <td colspan="2">また、平成 27 年に監査室の新設し、さらに、組織運営・内部統制等に関する意見を聴取する経営アドバイザリー委員会を開催する等内部監査体制の拡充のための取組を実施していることから、目標水準を十分満たしているものと認められるので、B 評価とする。</td> <td colspan="2">また、平成 27 年に監査室の新設し、さらに、組織運営・内部統制等に関する意見を聴取する経営アドバイザリー委員会を開催する等内部監査体制の拡充のための取組を実施している。</td> </tr> <tr> <td colspan="4">こうしたことから、中期計画における所期の目標を達成している認められる。</td> </tr> </table>			評定	B	評定	B	<評定に至った理由>				独法通則法の改正を踏まえ、業務方法書、内部統制、監事監査、内部監査、個人情報保護等に関する規程を整備し、海外事務所を含め全役職員に周知し、規定の遵守させるための取組を行った。		独法通則法の改正を踏まえ、業務方法書、内部統制、監事監査、内部監査、個人情報保護等に関する規程を整備し、海外事務所を含め全役職員に周知し、規定の遵守させるための取組を行った。		また、平成 27 年に監査室の新設し、さらに、組織運営・内部統制等に関する意見を聴取する経営アドバイザリー委員会を開催する等内部監査体制の拡充のための取組を実施していることから、目標水準を十分満たしているものと認められるので、B 評価とする。		また、平成 27 年に監査室の新設し、さらに、組織運営・内部統制等に関する意見を聴取する経営アドバイザリー委員会を開催する等内部監査体制の拡充のための取組を実施している。		こうしたことから、中期計画における所期の目標を達成している認められる。			
評定	B	評定	B																									
<評定に至った理由>																												
独法通則法の改正を踏まえ、業務方法書、内部統制、監事監査、内部監査、個人情報保護等に関する規程を整備し、海外事務所を含め全役職員に周知し、規定の遵守させるための取組を行った。		独法通則法の改正を踏まえ、業務方法書、内部統制、監事監査、内部監査、個人情報保護等に関する規程を整備し、海外事務所を含め全役職員に周知し、規定の遵守させるための取組を行った。																										
また、平成 27 年に監査室の新設し、さらに、組織運営・内部統制等に関する意見を聴取する経営アドバイザリー委員会を開催する等内部監査体制の拡充のための取組を実施していることから、目標水準を十分満たしているものと認められるので、B 評価とする。		また、平成 27 年に監査室の新設し、さらに、組織運営・内部統制等に関する意見を聴取する経営アドバイザリー委員会を開催する等内部監査体制の拡充のための取組を実施している。																										
こうしたことから、中期計画における所期の目標を達成している認められる。																												
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	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	<評価の視点> 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。	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。平成 27 年度以降、毎年、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。			法令、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																						

<p>う。 法令等について、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。 「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>う。 法令等について、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。 「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>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><b>【内部統制委員会の開催】</b> 業務方法書及び内部統制の推進に関する規程に基づき、平成27年度以降、毎年度、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必要な取組を検証した。</p> <p><b>【経営理念、業務運営方針等の明確化】（再掲）</b> 平成27年度に新たな経営理念及び行動指針を策定し、同年度中に立ち上げた経営理念推進プロジェクトチームが中心となって、経営理念の認知浸透と行動指針の実践を促進する取組を行った。</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、組織内に周知し、明確化を図った。</p> <p>平成27年度以降、年度計画の実施状況を4半期ごとに集約し、理事会で報告することによりモニタリングを行い、年度計画達成のために必要な対策を講じた。</p> <p><b>【外部有識者会議の開催】</b> 平成27年度に外部有識者により構成される経営アドバイザー委員会を新たに設置し、平成27年度以降、毎年度、経営アドバイザー委員会を開催した。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>平成27年度 第1回経営アドバイザー委員会 平成28年3月3日開催 平成28年度 第2回経営アドバイザー委員会 平成29年3月6日開催 平成29年度 第3回経営アドバイザー委員会 平成30年3月26日開催</p> <p><b>【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】</b> 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</p>	<p>平成27年に機構が訪日プロモーション事業の実施主体となったことを踏まえ、新たな経営理念・行動指針を策定し、組織の目指す方向、果たすべき役割等を対外発表するとともに、同年度に経営理念推進プロジェクトチームを立ち上げ、組織内での浸透・実践促進を図る取組を実施した。</p> <p>訪日プロモーション事業の実施主体として適切、適正に業務を遂行するため、平成27年度に「訪日旅行促進事業実施要領」を策定し、特定の企業への利益誘導にならないよう留意する等、同要領に基づいて業務を実施した。</p> <p>また、平成27年度に監査室を新設し、監査室の専従職員による内部監査体制を強化した。</p> <p>平成27年度に新たに外部有識者会議を設置し、平成27年度以降、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>平成27年度以降、毎年、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</p>	<p>&lt;今後の課題&gt; 特になし。</p> <p>&lt;その他事項&gt; 特になし。</p>	
---	---	--	---	--	---	--

		<p>誘導にならないよう留意することを含めた「訪日旅行促進事業実施要領」を策定（平成27年4月）し、同要領に基づいて事業を実施した。</p> <p><b>【監事監査】</b>  監事による以下の監査を毎年度行った。また、平成27年度以降は、監査室の専従職員が監査補助者として、監事監査業務体制をサポートした。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・決算監査</li> <li>・業務監査</li> <li>・保有個人情報の管理に関する監査</li> <li>・海外事務所現地監査</li> </ul> <p>平成25年度 ソウル事務所、シンガポール事務所（2事務所）  平成26年度 ニューヨーク事務所、ロサンゼルス事務所、トロント事務所（3事務所）  平成27年度 北京事務所、上海事務所、バンコク事務所、ジャカルタ事務所、  香港事務所、シドニー事務所（6事務所）  平成28年度 ソウル事務所、シンガポール事務所、ロンドン事務所、  フランクフルト事務所、パリ事務所（5事務所）  平成29年度 ロサンゼルス事務所、ニューヨーク事務所、トロント事務所、  バンコク事務所、ジャカルタ事務所（5事務所）</p> <p><b>【内部監査】</b>  平成26年度に経営管理部職員による海外事務所の内部監査を行ったほか、平成27年度以降は、同年度に新設した監査室の専従職員が独立した立場で以下の監査を毎年度実施し、内部監査体制を強化した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・本部監査</li> <li>・海外事務所内部監査</li> </ul> <p>平成26年度 北京事務所、上海事務所、バンコク事務所、シンガポール事務所  （4事務所）  平成27年度 ソウル事務所、シンガポール事務所、ロンドン</p>	<p>対する意識の徹底を図った。</p> <p>「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、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。平成27年度に新たに情報セキュリティ対策チームを設置し、情報セキュリティ事案への対応にかかる体制を強化した。</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、自己評価評定はBとする。</p>		
--	--	--	---	--	--

			<p>事務所、          フランクフルト事務所（4事務所）          平成28年度 ジャカルタ事務所、バンコク事務所、ニューヨーク事務所、          ロサンゼルス事務所、トロント事務所（5事務所）          平成29年度 北京事務所、上海事務所、香港事務所、シドニー事務所、          モスクワ事務所、ローマ事務所、マドリード事務所（7事務所）</p> <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。平成27年度に新たに情報セキュリティ対策チームを設置し、情報セキュリティ事案への対応にかかる体制を強化した。</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			
2-5	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)	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

3. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間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	主な評価指標等	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		(見込評価)	(期間実績評価)												
3. 業務運営の効率化に関する事項  (5) 活動成果等の発信  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	2. 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) 戦略的な情報発信  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	<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</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、事業紹介、市場別訪日プロモーション方針、報道発表、各種マーケティングデータ、事業参加案内、事業パートナーからのニュース等の最新情報・資料等を日本語ウェブサイトに掲載し、情報発信内容の充実を図った。</p> <p>【ウェブサイト上での機構の取組、業務成果の公開】</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> <li>市場別 基礎データ</li> <li>市場別 主要旅行会社リスト</li> <li>世界 20 市場マーケティングデータ『訪日旅行データハンドブック 2017』</li> </ul> <p>上記の取組等の結果、日本語ウェブサイトのアクセス数は平成 24 年度の 630 万ページビューから、平成 29 年度の 2,038 万ページビューへと 5 年間で 3.2 倍となった。</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <th colspan="5">日本語ウェブサイトアクセス数</th> </tr> <tr> <td>平成 25 年度</td> <td>平成 26 年度</td> <td>平成 27 年度</td> <td>平成 28 年度</td> <td>平成 29 年度</td> </tr> </table>					日本語ウェブサイトアクセス数					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	<p>&lt;評定と根拠&gt; 評定：A</p> <p>機構の取組や業務成果を幅広く発信するため、国内広報の取組を強化し、ウェブサイト等を通じて、事業方針、事業計画、個別の事業実施予定、統計・マーケティングデータ等を随時更新するとともに、新規情報・資料の掲載に努めた。</p> <p>定量的には、日本語ウェブサイトアクセス数が 5 年間で 3.2 倍、報道発表件数が 5 年間で 3 倍、記事・番組等で機構が取り上げられた報道件数が 4 年間で 2.5 倍となり、情報発信の強化が大幅に図られた。</p>		<p>評定 A</p> <p>&lt;評定に至った理由&gt; 毎月、訪日外国人旅行者数の統計を報道発表する等機構の活動について積極的な発信を行った。具体的には、報道発表が、平成 24 年の 31 件から平成 28 年は 75 件へと大きく増え (5 年間で 141.9%増)、日本語ウェブサイトアクセス数については、平成 24 年度の 630 万ページビューから、平成 28 年度の 2,402 万ページビュー (5 年間で 281.3%増) と大きく増えた。この結果、記事・番組等で機構が取り上げられた報道件数が 4 年間で 73.3%増となり、情報発信の強化が図</p>	<p>評定 A</p> <p>&lt;評定に至った理由&gt; 機構の報道発表は、平成 24 年の 31 件から平成 29 年は 93 件へと大きく増え、5 年間で 3 倍となり、日本語ウェブサイトのアクセス数は平成 24 年度の 630 万ページビューから、平成 29 年度の 2,038 万ページビューへと 5 年間で 3.2 倍となった。</p> <p>この結果、記事・番組で取り上げられた報道件数は、平成 25 年の 1,709 件から平成 29 年度の 4,331 件へと 2.5 倍となり情報発信の強化が図られた。</p> <p>このように、中期計画の所期の目標を上回る</p>
			日本語ウェブサイトアクセス数																		
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																	

より、情報発信を積極的に推進する。	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。	開・発信を積極的に推進しているか。	976万PV	1,657万PV	2,236万PV	2,402万PV	2,038万PV	以上のことから、戦略的な情報発信において定性的、定量的にも大きな成果が得られていることから、自己評価評価はAとする。	る等目標水準を十分満たしているものと認められるので、A評価とする。  <今後の課題> 特になし。 <その他事項> 特になし。	成果が得られていると認められる。														
			(平成24年度 630万ページビュー)																					
			<p>【国内広報の取組】</p> <p>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による講演・寄稿等を積極的に実施した。</p> <p>上記の取組等の結果、報道発表件数は、平成24年度の31件から平成29年度の93件へと、5年間で3倍となり、機構が記事・番組で取り上げられた報道件数は、平成25年の1,709件から平成29年度の4,331件へと2.5倍となった。</p>																					
			<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="5">報道発表件数</th> </tr> <tr> <th>平成25年度</th> <th>平成26年度</th> <th>平成27年度</th> <th>平成28年度</th> <th>平成29年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>41件</td> <td>51件</td> <td>71件</td> <td>75件</td> <td>93件</td> </tr> </tbody> </table> <p>(平成24年度 31件)</p>					報道発表件数					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	41件	51件	71件	75件	93件		
報道発表件数																								
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																				
41件	51件	71件	75件	93件																				
			<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="5">記事・番組等で機構が取り上げられた報道件数</th> </tr> <tr> <th>平成25年度</th> <th>平成26年度</th> <th>平成27年度</th> <th>平成28年度</th> <th>平成29年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1,709件</td> <td>2,181件</td> <td>3,174件</td> <td>2,961件</td> <td>4,331件</td> </tr> </tbody> </table>					記事・番組等で機構が取り上げられた報道件数					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	1,709件	2,181件	3,174件	2,961件	4,331件		
記事・番組等で機構が取り上げられた報道件数																								
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																				
1,709件	2,181件	3,174件	2,961件	4,331件																				

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)	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

3. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間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	主な評価指標等	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	(見込評価)	(期間実績評価)																								
4. 財務内容の改善に関する事項  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。 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。	3. 予算、収支計画及び資金計画  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	<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; 地方公共団体、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。 機構のノウハウを活かし</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><b>【賛助団体・会員】</b> 本部及び各海外事務所を挙げて賛助団体・会員の増加に取り組む、賛助団体・会員数は、平成 24 年度の 309 団体から平成 29 年度の過去最多 577 団体へと増え、5 年間で 1.9 倍となった。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="6">賛助団体・会員数</th> </tr> <tr> <th>年 度</th> <th>平成 25 年度</th> <th>平成 26 年度</th> <th>平成 27 年度</th> <th>平成 28 年度</th> <th>平成 29 年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>賛助団体・会員数</td> <td>343</td> <td>402</td> <td>497</td> <td>551</td> <td>577</td> </tr> <tr> <td>うち会員</td> <td>171</td> <td>216</td> <td>267</td> <td>308</td> <td>322</td> </tr> </tbody> </table> <p>(H24 309 団体 うち会員 146 団体)</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毎年開催し、機構の各海外事務所長等との個別相談を実施した。インバウンド旅行振興フォーラムでは、賛助団体・会員による企業紹介ブース (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等を通じて、賛助団体・会員同士の情報交換・ビジネス・マッチングの促進を図る等、事業パートナーのニーズに対応し、顧客満足度を高めた。</p>					賛助団体・会員数						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	賛助団体・会員数	343	402	497	551	577	うち会員	171	216	267	308	322	<p>&lt;評定と根拠&gt; 評定：A</p> <p>・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、中期目標期間終了時の賛助団体・会員数は過去最多の 577 団体 (平成 24 年度比 1.9 倍) となり、賛助金・会費収入の拡大につながった。</p> <p>機構のノウハウを活かした受託業務にも積極的に取り組み、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</p>	<p>評定 A</p> <p>&lt;評定に至った理由&gt; 機構は、賛助団体・会員数の増加を図る各種取組を実施し、賛助団体・会員数は、平成 24 年の 309 団体から平成 28 年は過去最多の 551 団体 (5 年間で 78.3%増) となり、賛助金・会費収入について、平成 28 年は初めて 3 億円を超えた。また、機構のノウハウを活かしたウェブ記事広告事業等を継続実施し、78 百万円の収入をあげ、その結果、賛助金等収入及び事業収入として 688 百万円の収入になる等自己収入が大きく増え、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</p>	<p>評定 A</p> <p>&lt;評定に至った理由&gt; 機構は、賛助団体・会員数の増加を図る各種取組を実施し、賛助団体・会員数は、平成 24 年の 309 団体から平成 29 年は過去最多の 577 団体 (24 年比 1.9 倍) となり、賛助金・会費収入について、平成 29 年は 3.14 億円となった。 また、機構のノウハウを活かしたウェブ記事広告事業等を継続実施し、14 百万円の収入をあげ、その結果、賛助金等収入及び事業収入として 669 百万円の収入になる等自己収入が大きく増え、中期計画の所期の目標を上回る成果が得</p>
			賛助団体・会員数																															
			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																										
			賛助団体・会員数	343	402	497	551	577																										
うち会員	171	216	267	308	322																													

	<p>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>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><b>【機構のノウハウを活かした受託業務】</b>  機構の訪日外国人誘致に関するノウハウを活かした受託業務に積極的に取り組み、収入増を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ウェブを活用した収益事業の推進  機構の多言語ウェブサイトのマンスリーウェブマガジン有料記事広告掲載サービスにより、地方公共団体や民間事業者から記事制作・掲載を請け負い、中期目標期間中に 210 百万円の収入を得た。</li> </ul> <table border="1" data-bbox="834 449 1739 768"> <thead> <tr> <th colspan="6">ウェブマガジン記事広告枠数及び収入</th> </tr> <tr> <th></th> <th>平成 25 年度</th> <th>平成 26 年度</th> <th>平成 27 年度</th> <th>平成 28 年度</th> <th>平成 29 年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>広告枠数</td> <td>11 枠</td> <td>17 枠</td> <td>33 枠</td> <td>41 枠</td> <td>18 枠</td> </tr> <tr> <td>収入額</td> <td>22 百万円</td> <td>31 百万円</td> <td>65 百万円</td> <td>78 百万円</td> <td>14 百万円</td> </tr> </tbody> </table> <p>(平成 24 年度 10 枠 19 百万円 ※ウェブマガジン記事広告開始初年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>地域の海外プロモーションに関する有料コンサルティング  平成 25 年度から新たな取組として海外プロモーションコンサルティング事業を立ち上げ、地域の海外プロモーションに関する有料コンサルティングを開始した。</li> </ul> <table border="1" data-bbox="834 1083 1739 1360"> <thead> <tr> <th colspan="6">有料コンサルティング件数及び収入</th> </tr> <tr> <th></th> <th>平成 25 年度</th> <th>平成 26 年度</th> <th>平成 27 年度</th> <th>平成 28 年度</th> <th>平成 29 年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>件数</td> <td>2 件</td> <td>2 件</td> <td>1 件</td> <td>3 件</td> <td>1 件</td> </tr> <tr> <td>収入額</td> <td>0.9 百万円</td> <td>2.8 百万円</td> <td>2.5 百万円</td> <td>20.9 百万円</td> <td>1.5 百万円</td> </tr> </tbody> </table> <p>寄附金等収入及び事業収入の合計：  平成 25 年度 計画額 539 百万円 実績額 446 百万円  平成 26 年度 計画額 545 百万円 実績額 536 百万円  平成 27 年度 計画額 584 百万円 実績額 652 百万円  平成 28 年度 計画額 590 百万円 実績額 688 百万円  平成 29 年度 計画額 611 百万円 実績額 669 百万円 (平成 25 年度比 1.5 倍)</p>	ウェブマガジン記事広告枠数及び収入							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	広告枠数	11 枠	17 枠	33 枠	41 枠	18 枠	収入額	22 百万円	31 百万円	65 百万円	78 百万円	14 百万円	有料コンサルティング件数及び収入							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	件数	2 件	2 件	1 件	3 件	1 件	収入額	0.9 百万円	2.8 百万円	2.5 百万円	20.9 百万円	1.5 百万円	<p>等の特集した情報発信を行い、中期目標期間中に 210 百万円の収入をあげた。</p> <p>その他、海外プロモーションに関する有料コンサルティング、外国人旅行者向け英文地図の有償販売等にも取り組み、自己収入の拡大及び多様化に努めた。</p> <p>上記の取組等の結果、寄附金等収入及び事業収入は、中期目標期間中に 1.5 倍の増加を実現しており、目標水準を満たしていることから、自己評価評価は A とする。</p>	<p>るため、A 評価とする。</p> <p>&lt;今後の課題&gt;  特になし</p> <p>&lt;その他事項&gt;  特になし</p>	<p>られていると認められるため、A 評価とする。</p>
ウェブマガジン記事広告枠数及び収入																																																						
	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																																																	
広告枠数	11 枠	17 枠	33 枠	41 枠	18 枠																																																	
収入額	22 百万円	31 百万円	65 百万円	78 百万円	14 百万円																																																	
有料コンサルティング件数及び収入																																																						
	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																																																	
件数	2 件	2 件	1 件	3 件	1 件																																																	
収入額	0.9 百万円	2.8 百万円	2.5 百万円	20.9 百万円	1.5 百万円																																																	

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)	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

3. 中期目標期間の業務に係る目標、計画、業務実績、中期目標期間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	主な評価指標等	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	(見込評価)	(期間実績評価)															
—	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  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。 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	<主な定量的指標> なし  <その他の指標> なし  <評価の視点> 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	<主要な業務実績> <b>【効果的かつ効率的な業務運営を行うための人材確保】</b> プロパー職員を中核とした体制を強化するため、国内外で各種事業・事務に従事する総合職職員として、新卒採用、及び業務経験を有した者を中途採用し、体制整備を行った。 <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td colspan="5">常勤職員数：(各年度末時点)</td> </tr> <tr> <td>平成 25 年度</td> <td>平成 26 年度</td> <td>平成 27 年度</td> <td>平成 28 年度</td> <td>平成 29 年度</td> </tr> <tr> <td>89 人</td> <td>93 人</td> <td>106 人</td> <td>126 人</td> <td>171 人</td> </tr> </table> (平成 24 年度 89 人) <b>【人事評価の実施と適材適所の人事配置】</b> 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、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。  海外事務所の現地採用職員についても人事評価を行い、評価結果に基づいた昇給・昇格を行った。さらに、平成 27 年度は、訪日プロモーション事業の執行機関化に伴い、職責・業務内容が高度化する職員の処遇改善を行った					常勤職員数：(各年度末時点)					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	89 人	93 人	106 人	126 人	171 人	<評定と根拠> 評定：B  上記目標の達成に向けて、また平成 27 年に訪日プロモーション事業の実施主体となったことに対応し、効率的かつ効果的な業務運営を行うため、人材確保、人材育成を着実に実施した。  プロパー職員を中核とした体制を構築するため、新卒採用・中途採用を実施し、体制整備を図るとともに、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・	評定 B <評定に至った理由> 機構は、訪日プロモーション事業の実施機関となったことに伴い、組織の機能強化のため、新卒採用・中途採用等を積極的に実施し、必要な体制整備を行った。 また、国家公務員の給与水準と比較するラスパイレス指数については、H25～H28 の間、地域・学歴勘案で 100 を超えておらず、適正な給与水準となっている。	評定 B <評定に至った理由> 機構は、訪日プロモーション事業の実施機関となったことに伴い、組織の機能強化のため、新卒採用・中途採用等を積極的に実施し、必要な体制整備を行った。 また、国家公務員の給与水準と比較するラスパイレス指数については、H25～H29 の間、地域・学歴勘案でいずれも 100 を超えておらず、適正な給与水準となっている。
常勤職員数：(各年度末時点)																									
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																					
89 人	93 人	106 人	126 人	171 人																					

<p>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>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</p>	<p>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>ほか、全海外事務所において現地職員を増員した（1事務所は前年度に前倒し実施）。</p> <p><b>【職員の意欲の向上と能力開発】</b></p> <p>・職員表彰</p> <p>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25年度に職員表彰制度を整備し、平成26年度以降、毎年、顕著な功績のあった職員（現地職員含む）及びチームを表彰した。</p> <table border="1" data-bbox="878 495 1911 730"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="4">職員表彰件数</th> </tr> <tr> <th>平成26年度</th> <th>平成27年度</th> <th>平成28年度</th> <th>平成29年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>件数</td> <td>3件</td> <td>2件</td> <td>5件</td> <td>6件</td> </tr> <tr> <td>うちチーム</td> <td>2件</td> <td>1件</td> <td>3件</td> <td>5件</td> </tr> <tr> <td>人数</td> <td>7人</td> <td>7人</td> <td>20人</td> <td>35人</td> </tr> </tbody> </table> <p>平成29年度の表彰事例（チーム表彰）：「欧州統一プロモーション」関係者7人</p> <p>・研修</p> <p>職員の能力開発・向上を支援するため、海外事務所へ赴任する者を対象とした赴任者研修等、各種研修を実施した。また、平成28年度に初めて海外事務所の現地採用職員を対象とした本部研修を実施した。</p> <p>研修事例：</p> <p>平成25年度 マーケティング研修、旅行業界研修、中間管理職研修、人事評価者研修</p> <p>平成26年度 職種・職階別の会計研修（9回）</p> <p>平成27年度 内部監査研修、職種・職階別の会計研修（4回）</p> <p>平成28年度 情報セキュリティ対策等Eラーニング(2回)、現地採用職員本部研修</p> <p>平成29年度 契約実務者研修、ハラスメント研修（6回）</p> <p><b>【給与水準の適正化等】</b></p> <p>役職員の給与については、総人件費を適正に管理するとともに、国に準じた適正な給与水準の維持を図り、毎年、役職員の報酬・給与等の支給水準及び支給状況等について公表した。</p> <p>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。ラスパイレス指数（国家公務員と比較した給与水準）は、地域と学歴を勘案した国家公務員との比較で、毎年、100未満となった。</p>		職員表彰件数				平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	件数	3件	2件	5件	6件	うちチーム	2件	1件	3件	5件	人数	7人	7人	20人	35人	<p>テーマ別研修等を実施し、職員の能力開発・向上を図った。</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、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。</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処遇に反映させた。</p> <p>平成26年度から、職員顕彰制度により、毎年、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> <p>総人件費を適切に管理するとともに、役職員の給与について適正な水準の維持を図り、ラスパイレス指数（国家公務員と比較した給与水準）は、地域と学歴を勘案した比較で、毎年、100を下回った。</p>	<p>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、目標水準を満たしているため、B評価とする。</p> <p>&lt;今後の課題&gt; 特になし。</p> <p>&lt;その他事項&gt; 特になし。</p>	<p>こうしたことから、中期計画における所期の目標を達成している認められる。</p>
	職員表彰件数																												
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度																									
件数	3件	2件	5件	6件																									
うちチーム	2件	1件	3件	5件																									
人数	7人	7人	20人	35人																									

	<p>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>	ラスパイレス指数					<p>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、目標水準を満たしていることから、自己評価評価はBとする。</p>		
		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			
		94.7	93.8	96.8	93.7	95.0			

4. その他参考情報