

観光関連業務の民間解放について

平成18年9月20日
国土交通省

ア 制度・業務の現状

業務の目的・概要及び具体的実施方法等

(1) 業務の目的

(観光関連業務)

観光の振興は、我が国の産業・雇用に幅広い経済効果をもたらすだけでなく、国際的な相互理解の増進を通じて、国際平和にも寄与するものである。これを踏まえ、2010年までに訪日外国人旅行者数を1,000万人にすることを政府の目標としている。

この目標を達成するため、「観光立国行動計画」(平成15年7月、全閣僚をメンバーとする観光立国関係閣僚会議において決定)にかかげられた種々の施策に、観光立国担当大臣(国土交通大臣)のもと、政府一丸となって取り組んでいる。

具体的には、海外への日本ブランドの戦略的な発信を行う「ビジット・ジャパン・キャンペーン」を展開するとともに、街並み整備等を行う市町村による「まちづくり交付金」を活用した事業とも連携しつつ、民間組織による地域観光振興のための「観光ルネサンス事業」を実施することにより「国際競争力のある観光地づくり」を進めるなどの施策を講じている。

(ビジット・ジャパン・キャンペーン)

外国人観光客の訪日促進戦略については、国、地方公共団体、関係団体、民間団体等の多様な主体が連携しながら一体となって推進する必要があることから、「経済財政運営と構造改革に関する基本方針2002」(平成14年6月25日閣議決定)を受け策定された「グローバル観光戦略」(平成14年12月24日策定)において、官民一体となった体制を整備することとされている。

これを受けて、旅行業者や運送事業者、マスコミ等をはじめとする47の民間企業・団体のほか、国、自治体等からなる官民一体の組織であるビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部を設置し、ビジット・ジャパン・キャンペーン事業に取り組んでいるところである。

(2) 業務の概要

ビジット・ジャパン・キャンペーン事業は、外国人観光客の訪日促進のため、重点12市場（韓国、台湾、中国、香港、米国、英国、ドイツ、フランス、オーストラリア、タイ、シンガポール、カナダ）を対象に、以下の各事業を組み合わせ、総合的・戦略的に展開されている。

- ・ 旅行会社招請事業
対象国の旅行関係者を日本に招請し、国内観光地を視察するとともに、商談会、旅行説明会を開催することにより、日本向けのツアーを造成する事業
- ・ ツアー共同広告事業
対象国においてツアー商品の広告を行う事業
- ・ メディア招請事業
海外の記者、テレビクルー等を招請することにより、日本の観光資源等を紹介する記事、テレビ番組の作成を支援する事業
- ・ 展示会等事業
旅行見本市への出展、シンポジウムの開催等により、日本の観光地、訪日ツアーへの関心を喚起させる事業
- ・ 広告宣伝事業
新聞・テレビ等に広告宣伝を展開することにより、日本の観光魅力を紹介し、訪問を働きかける事業
- ・ キャンペーンツール作成事業
パンフレット、DVD等を作成、ウェブサイトを構築することにより、日本の観光情報を提供する事業
- ・ 旅行会社教育事業
海外の旅行会社に対するセミナーの開催等を通じて、日本の観光市場の特色をアドバイスし、ツアー商品としての魅力を訴える事業

(3) 業務の具体的実施方法等

上記の具体的なビジット・ジャパン・キャンペーン事業の実施に当たっては、官民一体の組織であるビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部が実施主体となって、全てのビジット・ジャパン・キャンペーン事業について企画競争を行い、効率的な事業を展開することのできる主体に委託を行っている。

業務実施に当たっての全体の組織体系

(1) ビジット・ジャパン・キャンペーンの実施体制

ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部によるビジット・ジャパン・キャンペーン事業の円滑な実施を確保するため、ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部に、執行委員会及び事務局が置かれている。

執行委員会は、旅行業者や運輸事業者等をはじめとする13の民間企業・団体、関係省庁等、ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部の主要メンバーで構成されており、ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部の決定に従い、ビジット・ジャパン・キャンペーン事業にかかわる事務を管理することとなっている。

事務局は、旅行業者や運輸事業者等をはじめとする10名の民間出身者、国土交通省の職員等で構成されており、執行委員会の指揮に従い、ビジット・ジャパン・キャンペーン事業にかかわる事務を執行することとなっている。

(2) 事業所数、配置人員数

ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部、執行委員会は事務所を有しない。

事務局の事務所は1箇所。常勤11名、非常勤6名で構成。

業務量に関する指標の実績

(1) ビジット・ジャパン・キャンペーン事業の事業数

平成15年度 136事業

平成16年度 247事業

(参考) 重点市場数の推移

平成15年度 5市場(韓国、台湾、中国、香港、米国で開始)

平成16年度 8市場(英国、ドイツ、フランスを追加)

平成17年度 12市場(オーストラリア、タイ、シンガポール、カナダを追加)

(2) ビジット・ジャパン・キャンペーン事業の予算額

平成15年度 20億円

平成16年度 32億円

平成17年度 35億円

平成18年度 36億円

平成19年度 40億円(要求額)

業務の実施を規制する現行法令及び関連条項並びに規制の概況
なし

イ 業務の廃止又は公共サービス改革法に基づく官民競争入札等の対象とすることについて所見及び措置の概要

外国人観光客の訪日促進戦略については、国、地方公共団体、関係団体、民間団体等の多様な主体が連携しながら一体となって推進する必要があることから、「経済財政運営と構造改革に関する基本方針2002」(平成14年6月25日閣議決定)を受け策定された「グローバル観光戦略」(平成14年12月24日策定)において、官民一体となった体制を整備することとされている。

これを受けて、旅行業者や運送事業者、マスコミ等をはじめとする47の民間企業・団体のほか、国、自治体等からなる官民一体の組織であるビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部を設置し、ビジット・ジャパン・キャンペーン事業に取り組んでいるところである。

また、具体的な事業の実施に当たっては、官民一体の組織であるビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部が実施主体となって、全てのビジット・ジャパン・キャンペーン事業について企画競争を行い、効率的な事業を展開することのできる主体に委託を行っており、すでに民間に開放されている。

ウ 外部資源の活用状況

委託業務の内容

ビジット・ジャパン・キャンペーン事業の実施に当たっては、官民一体の組織であるビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部が実施主体となって、全てのビジット・ジャパン・キャンペーン事業について企画競争を行い、効率的な事業を展開することのできる主体に委託を行っている。

委託先について、所管法人等の場合はその名称、民間事業者の場合にはその形態

主な委託先は以下のとおり。

(所管法人等)

- ・ 独立行政法人国際観光振興機構
- ・ 財団法人国際観光サービスセンター

(民間事業者)

- ・ 旅行事業者
- ・ 交通事業者
- ・ 広告代理店

業務の費用の財源及び金額

Bizitt・ジャパン・キャンペーン事業の予算額

平成15年度	20億円
平成16年度	32億円
平成17年度	35億円
平成18年度	36億円
平成19年度	40億円（要求額）

指定・登録・委託契約等の別

委託契約

契約方法・過去の契約実績

委託方法は企画競争

全てのBizitt・ジャパン・キャンペーン事業において企画競争を実施した平成18年7月1日以降、21の事業において企画競争を実施。
（平成18年9月1日現在）

観光関連業務の民間解放について (参考資料)

平成18年9月20日

国土交通省

観光の意義と現状

- ・観光は、経済活性化や国際相互理解の促進など様々な意義を持つ
- ・我が国の国際観光交流はアンバランス

経済波及効果（2004年度）

直接効果
旅行消費額
24.5兆円
雇用創出効果
235万人

生産波及効果
55.4兆円(2000年における
国内生産額約949兆円の5.8%)

雇用創出効果
475万人(総雇用
約6512万人の7.3%)

観光の経済波及効果は大

1. 観光交流を通じた経済の活性化

- ・観光は21世紀のリーディング産業

2. 美しい日本、魅力ある日本の形成

- ・住んでみたいところが訪れてみたいところ

3. 地域、日本の歴史、文化の再認識

- ・地域、日本に対する自信と誇りの醸成

4. 国際相互理解の促進

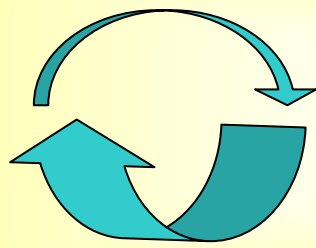
- ・国際観光交流は世界平和にも貢献

5. 家族との語らい、自己啓発、生きがい

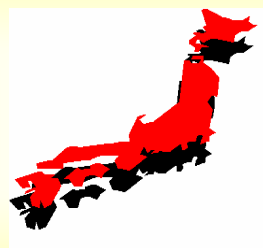
- ・家族の絆、個人の活力を再生



673 万人



1740 万人



- ・訪日外国人旅行者数は、
日本人海外旅行者数の約 39 % (2005年)

- ・国際旅行収支は、
約 271億ドル (約 2.9兆円) の赤字 (2004年)

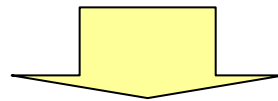
観光立国の実現に向けて

観光の現状

我が国の国際観光はアンバランス

- ・日本人海外旅行者数: 1740万人(2005年)
- ・訪日外国人旅行者数: 673万人(2005年)(日本人海外旅行者数の39%)

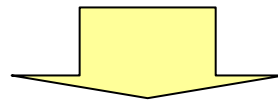
国内観光については、地域によってばらつきがあるものの、伸び悩み傾向。



観光政策の目標

観光立国の実現

- 住んでよし、訪れてよしの国づくり -



日本ブランドの海外への戦略的発信

ビジット・ジャパン・キャンペーン

観光政策の2つの軸

国際競争力ある観光地づくり

観光ルネサンス事業

通訳ガイド制度の改善 等

最近の政府における観光立国に向けた動き

平成15年(2003)

- 1月31日 小泉総理大臣の施政方針演説
「2010年に訪日外国人旅行者を倍増の1千万人に」
- 3月26日 第1回ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部会合開催
- 4月24日 観光立国懇談会報告書取りまとめ(第4回観光立国懇談会)
- 5月21日 第1回観光立国関係閣僚会議開催
- 7月31日 観光立国行動計画の策定(第2回観光立国関係閣僚会議)
- 9月22日 石原国土交通大臣を「観光立国担当大臣」に任命

平成16年(2004)

- 1月19日 小泉総理大臣の施政方針演説
「2010年に訪日外国人旅行者を倍増するため観光立国を積極的に推進」
- 2月18日 観光政策に関する観光大国・地域の大使等との懇談会開催
- 7月22日 女優の木村佳乃さんを「観光広報大使」に任命
- 11月30日 観光立国推進戦略会議報告書取りまとめ(第5回観光立国推進戦略会議)
- 12月 年間訪日外国人旅行者数 600万人達成

平成17年(2005)

- 1月 1日 「国土交通省観光立国推進本部」及び「外客誘致推進室」の設置
- 1月21日 小泉総理大臣の施政方針演説
「ビジット・ジャパン・キャンペーンの強化や姉妹都市交流の拡大により、2010年までに外国人訪問者を1000万人にする目標の達成を図ります。」

平成18年(2006)

- 1月20日 小泉総理大臣の施政方針演説
「ビジット・ジャパン・キャンペーンなどにより、2010年までに外国人旅行者を1千万人にする目標の達成を目指します。」
- 7月 6日 経済成長戦略大綱とりまとめ(財政・経済一体改革会議)
「ビジット・ジャパン・キャンペーンの高度化や日中韓の観光協力の推進、青少年交流・姉妹都市交流の拡大等により、2010年に1,000万人の外国人旅行者を受け入れるとの目標を確実に達成する。」

ビジット・ジャパン・キャンペーン事業の主な取り組み

戦略的な日本ブランドの発信

重点市場として、韓国・中国・台湾・香港・アメリカ・イギリス・フランス・ドイツ・オーストラリア・カナダ・シンガポール・タイ

新聞・雑誌・テレビなどの メディアを通じたPR



香港の新聞に訪日ツアー広告と
共同広告掲載

トップセールスの実施



小泉総理大臣が出演する
外国人旅行者訪日促進ビデオ放映

旅行会社との商談会の開催



JATA世界旅行博で各国から
関係者を招聘、商談会開催

旅行博への出展



「韓国国際観光展 (KOTFA2004)」
に出展(16年6月)

現地日本大使館との協力



フランスVJC推進会(パリ)
(16年6月)

国・地方自治体が 共同して行う事業



「YOKOSO! JAPAN THE 祭り 東北」
(16年2月)

ビジット・ジャパン・キャンペーンの事業内容

ビジット・ジャパン・キャンペーンは、以下の各事業を組み合わせて、総合的・戦略的に展開。

1．旅行会社招請事業

- ・対象国の旅行関係者を日本に招請し、国内観光地を視察するとともに、商談会、旅行説明会を開催することにより、日本向けのツアーを造成する事業



JATA世界旅行博で各国から関係者を招聘、商談会開催

2．ツアー共同広告事業

- ・対象国においてツアー商品の広告を行う事業



香港の新聞に訪日ツアー広告と共同広告掲載

ビジット・ジャパン・キャンペーンの事業内容

3．メディア招請事業

- ・ 海外の記者、テレビクルー等を招請することにより、日本の観光資源等を紹介する記事、テレビ番組の作成を支援する事業

4．展示会等事業

- ・ 旅行見本市への出展、シンポジウムの開催等により、日本の観光地、訪日ツアーへの関心を喚起させる事業



「韓国国際観光展 (KOTFA2004)」に出展(16年6月)

5．広告宣伝事業

- ・ 新聞・テレビ等に広告宣伝を展開することにより、日本の観光魅力を紹介し、訪問を働きかける事業



日本観光についての特集記事 (The Independent)

6 . キャンペーンツール作成事業

- ・パンフレット、DVD等を作成、ウェブサイト
を構築することにより、日本の観光情報を
提供する事業

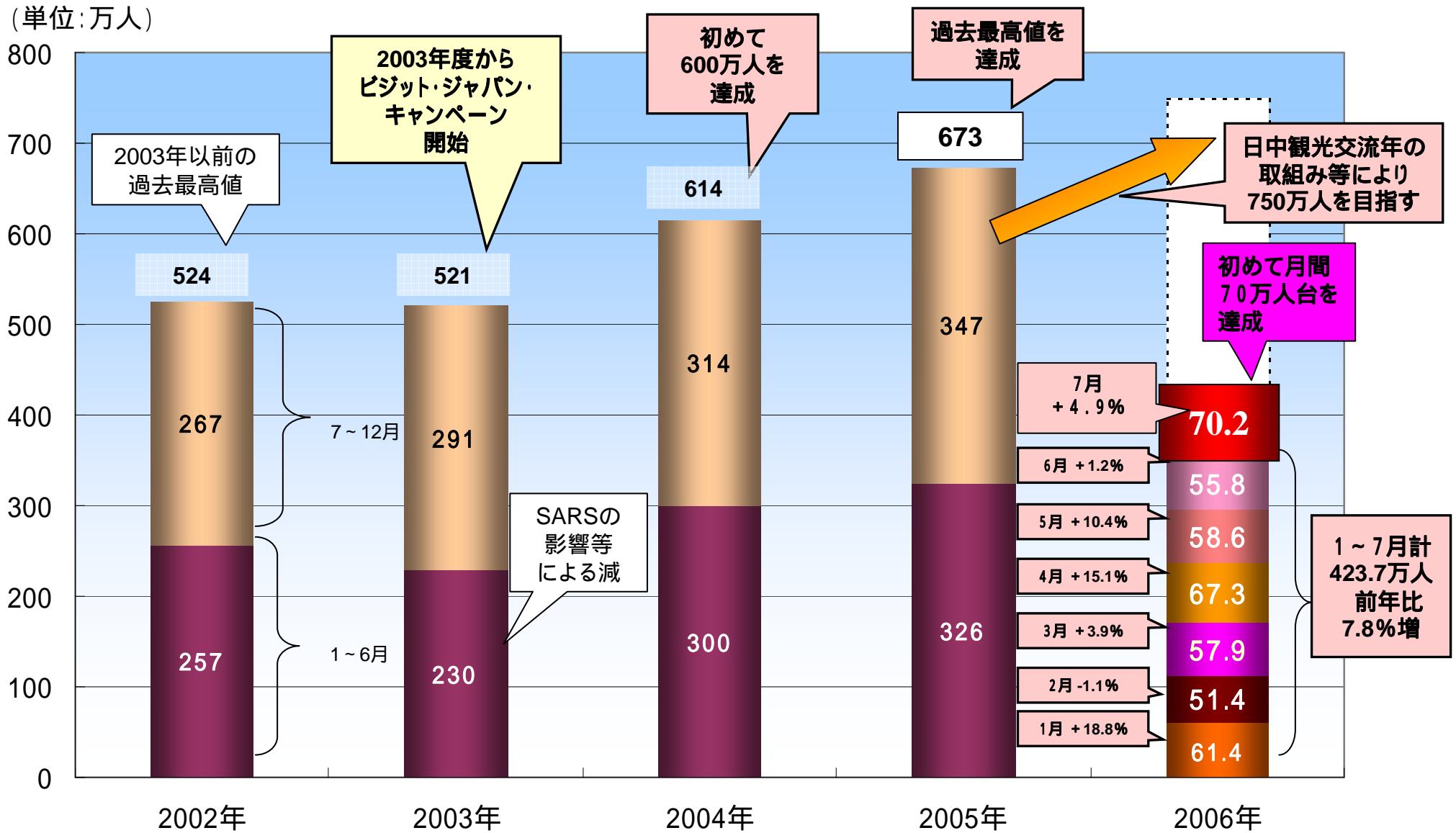


小泉総理大臣が出演する
外国人旅行者訪日促進ビデオ放映

7 . 旅行会社教育事業

- ・海外の旅行会社に対するセミナーの開催等を通じて、日本の観光市場の特色をアドバイスし、ツアー商品としての魅力を訴える事業

訪日外国人旅行者数の推移



注) 2006年1月～5月の値は暫定値、6月以降の値は推計値

訪日旅行者数上位国・地域

2005年訪日旅行者数 順位	国・地域	訪日旅行者数(万人)	
		2005年	2004年
1	韓国	174.7	158.8
2	台湾	127.5	108.1
3	アメリカ	82.2	76.0
4	中国	65.3	61.6
5	香港	29.9	30.0
6	英国	22.2	21.6
7	オーストラリア	20.6	19.4
8	カナダ	15.0	14.2
9	フィリピン	14.0	15.5
10	タイ	12.0	10.5
11	ドイツ	11.8	10.6
12	フランス	11.1	9.6
13	シンガポール	9.4	9.0
14	マレーシア	7.8	7.2
15	ロシア	6.4	5.7
16	インドネシア	5.9	5.5
17	インド	5.9	5.3
18	イタリア	4.5	3.9
19	ニュージーランド	3.5	3.5
20	オランダ	3.1	2.9

経済財政運営と構造改革に関する基本方針等

経済財政運営と構造改革に関する基本方針 2002（平成14年6月21日閣議決定）

第2部 経済活性化戦略

2. 6つの戦略、30のアクションプログラム

（4）産業発掘戦略

（観光産業の活性化・休暇の長期連続化）

・国土交通省は、関係府省と協力して、平成14年度から、外国人旅行者の訪日を促進するグローバル観光戦略を構築し、個性ある日本の文化、自然環境などの国際PRや、地域の特性、創意工夫を活かした観光地づくりを推進する。

グローバル観光戦略（平成14年12月策定）

3. 実行すべき戦略

戦略4：推進戦略～本戦略を多様な主体が連携しつつ効果的かつ着実に推進する戦略～

戦略4-1：官民合同体制のもとでの戦略の推進（官民合同推進戦略）

本戦略は、政府においては国土交通省が関係府省と協力して推進するが、訪日外国人旅行者の飛躍的な増大は、政府のみが施策を実施し成し得るものではなく、地方公共団体、関係団体、民間企業等を含めた様々な主体が実施する様々な施策が調和しながら展開される必要がある。したがって、本戦略を効果的かつ円滑に推進するため、本戦略の推進に熱意のある多様な主体が相互に連携しながら一体となって推進する最適な体制を整備し、施策の検討、進行管理等を行う。なお、その際、従来の観光産業の枠にとらわれることなく、これまで異業種とされていた分野の業界についても必要に応じ参加を呼びかける。

ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部規約（平成15年3月26日）

（設置）

第1条 ビジット・ジャパン・キャンペーン事業を実施するための組織として、ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部（以下「実施本部」という。）を設置する。

（目的）

第2条 実施本部は、我が国を訪れる外国人旅行者の飛躍的な増大を図るため、関係者相互の連携を図りつつ、ビジット・ジャパン・キャンペーン事業を効果的かつ円滑に実施することを目的とする。

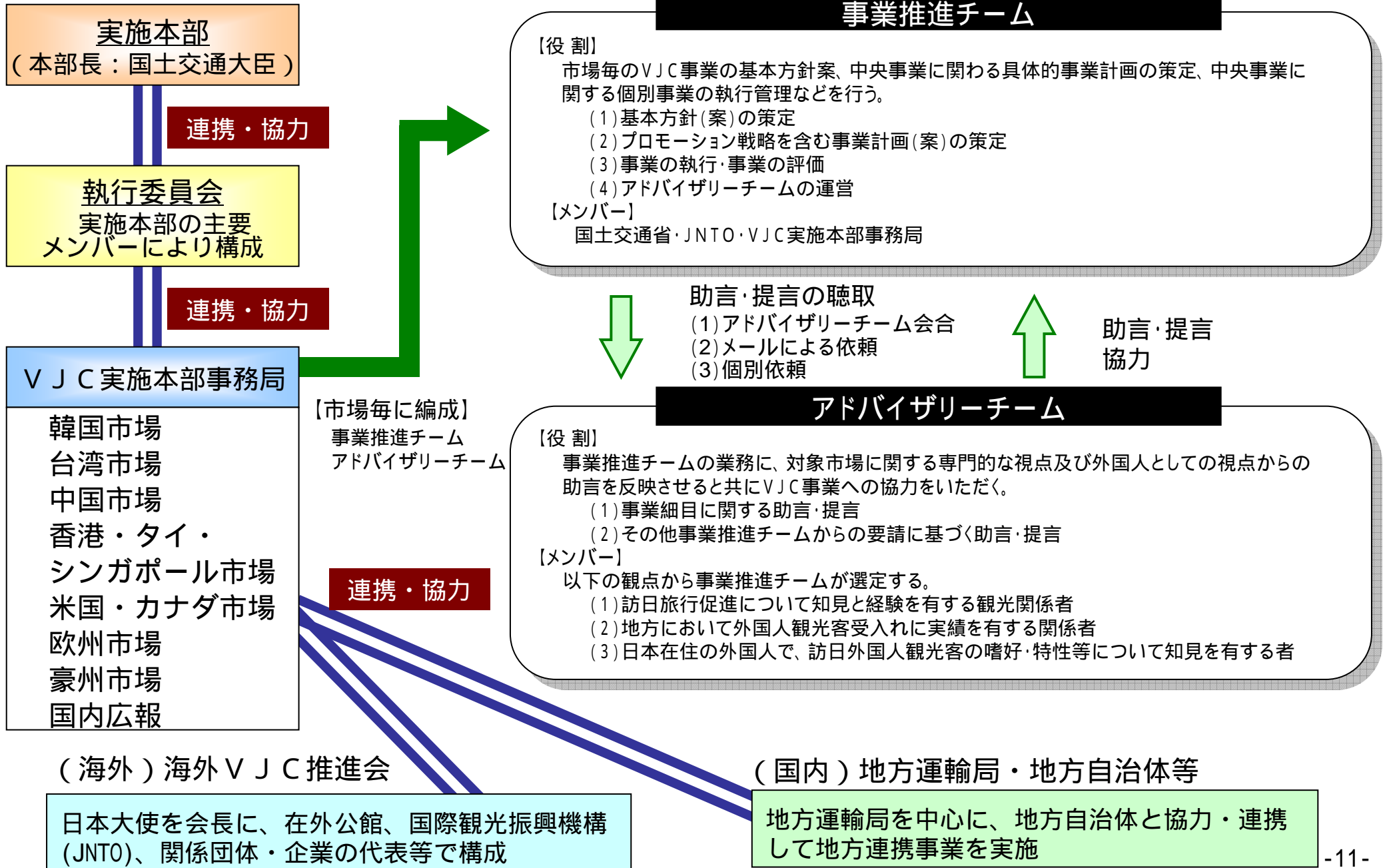
（執行委員会及び事務局）

第7条 実施本部によるビジット・ジャパン・キャンペーン事業の円滑な実施を確保するため、実施本部に執行委員会及び事務局を置く。

2 執行委員会は、実施本部の決定に従い、ビジット・ジャパン・キャンペーン事業にかかわる事務を管理する。

3 事務局は、執行委員会の指揮に従い、ビジット・ジャパン・キャンペーン事業にかかわる事務を執行する。

ビジット・ジャパン・キャンペーンの実施体制



ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部及び執行委員会の構成員

(平成17年9月1日現在)

実施本部の構成員

- (本部長)
北側 一雄 国土交通大臣(観光立国担当)
- (副本部長)
船山 龍二 (社)日本ツーリズム産業団体連合会会長
岩井 國臣 国土交通副大臣
中村 徹 (社)日本観光協会会長
中村 稔 独立行政法人国際観光振興機構理事長
- (旅行業)
新町 光示 (社)日本旅行業協会会長
二階 俊博 (社)全国旅行業協会会長
船山 龍二 (株)ジェイティービー代表取締役会長
太田 孝 近畿日本ツーリスト(株)代表取締役社長
金井 耿 (株)日本旅行代表取締役社長
小島 弘 (株)阪急交通社代表取締役社長
金子 家治 東急観光(株)代表取締役社長
- (宿泊業)
中村 裕 (社)日本ホテル協会会長
佐藤 義正 (社)国際観光旅館連盟会長
佐久間 進 (社)日本観光旅館連盟会長
清水 信夫 (社)全日本シティホテル連盟会長
飛田 克夫 ジャパニーズイングループ会長
- (レストラン業)
松澤 正芳 (社)国際観光日本レストラン協会会長
- (その他観光)
船山 龍二 (社)日本観光通協協会会長
村尾 成文 (社)国際観光施設協会会長
村上 司郎 (財)日中青少年旅行財団理事長
津野田元直 (財)地域伝統芸能活用センター理事長
本田 勇一郎 (財)アジア太平洋観光交流センター理事長
- (航空運送業)
山元 峯生 全日本空輸(株)代表取締役社長
新町 敏行 (株)日本航空インターナショナル代表取締役社長
- (国際空港・空港ビル)
黒野 匡彦 成田国際空港(株)代表取締役社長
村山 敦 関西国際空港(株)代表取締役社長
平野 幸久 中部国際空港(株)代表取締役社長
岡澤 元大 (社)全国空港ビル協会会長
- (鉄道事業)
小池 明夫 北海道旅客鉄道(株)代表取締役社長
大塚 陸毅 東日本旅客鉄道(株)代表取締役社長
松本 正之 東海旅客鉄道(株)代表取締役社長
垣内 剛 西日本旅客鉄道(株)代表取締役社長
梅原 利之 四国旅客鉄道(株)代表取締役会長
石原 進 九州旅客鉄道(株)代表取締役社長
小谷 昌 (社)日本民営鉄道協会会長
- (自動車運送業等)
齋藤 寛 (社)日本バス協会会長
新倉 尚文 (社)全国乗用自動車連合会会長
原 勇 (社)全国個人タクシー協会会長
井山 嗣夫 (社)全国レンタカー協会会長
- (旅客船事業)
鮫島 宗和 (社)日本旅客船協会会長
日野乾太郎 (社)日本外航客船協会会長
- (関連事業)
成田 豊 (社)日本広告業協会理事長
片柳 彰 日本クレジットカード協会会長
- (マスコミ)
箱島 信一 (社)日本新聞協会会長
白石 勝 (社)日本雑誌協会理事長
橋本 元一 日本放送協会会長
日枝 久 (社)日本民間放送連盟会長
- (国際団体)
小倉 和夫 独立行政法人国際交流基金理事長
紀内 隆宏 (財)自治体国際化協会理事長
- (博覧会)
豊田章一郎 (財)2005年日本国際博覧会協会会長
- (自治体代表)
麻生 渡 全国知事会会長(福岡県知事)
山出 保 全国市長会会長(石川県金沢市長)
山本 文男 全国町村会会長(福岡県添田町長)
- (関係省庁)
近藤 誠一 外務省広報文化交流部長
加茂川 幸夫 文化庁次長
迎 陽一 経済産業省商務流通審議官
柴田 耕介 国土交通省総合観光政策審議官

執行委員会の構成員

- (委員長)
柴田 耕介 国土交通省総合観光政策審議官
- (副委員長)
船山 龍二 (社)日本ツーリズム産業団体連合会会長
中村 徹 (社)日本観光協会会長
中村 稔 独立行政法人国際観光振興機構理事長
- (旅行業)
新町 光示 (社)日本旅行業協会会長
二階 俊博 (社)全国旅行業協会会長
- (宿泊業)
中村 裕 (社)日本ホテル協会会長
佐藤 義正 (社)国際観光旅館連盟会長
- (航空運送業)
山元 峯生 全日本空輸(株)代表取締役社長
新町 敏行 (株)日本航空インターナショナル代表取締役社長
- (国際空港・空港ビル)
黒野 匡彦 成田国際空港(株)代表取締役社長
- (鉄道事業)
大塚 陸毅 東日本旅客鉄道(株)代表取締役社長
松本 正之 東海旅客鉄道(株)代表取締役社長
垣内 剛 西日本旅客鉄道(株)代表取締役社長
- (関連事業)
成田 豊 (社)日本広告業協会理事長
- (関係省庁)
近藤 誠一 外務省広報文化交流部長

ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部事務局の構成員

平成18年9月1日現在

役職名	担当業務	出身
事務局長	統括	(株)ジェイティービー
事務局次長 (非常勤)	事務局長補佐	国土交通省
管理部長	総務関係業務、国内広報	(独)国際観光振興機構
事業部長	欧州・オーストラリア市場	(独)国際観光振興機構
事業部長	中国市場	近畿日本ツーリスト(株)
事業部長	韓国市場	東日本旅客鉄道(株)
事業部長	香港・タイ・シンガポール市場	(株)日本旅行
事業部長	米国・カナダ市場	(株)日本航空
事業部長	台湾市場、地方連携事業 事業評価	全日本空輸(株)
事業部長	欧州・オーストラリア市場	(株)日本航空
事業副部長	米国・カナダ市場	(株)プリンスホテル
事業副部長	台湾市場	(社)日本観光協会
〃 (兼務)	契約関係業務	国土交通省
顧問 (非常勤)	マーケティング関連 コンサルティング	(株)駅レンタカーシステム

(独)国際観光振興機構の業務の
民間解放について

平成18年9月20日
国土交通省

ア 制度・業務の現状

業務の目的・概要及び具体的実施方法等

(1) 業務の目的

独立行政法人は、国民生活及び社会経済の安定等の公共上の見地から確実に実施されることが必要な事務及び事業であって、国が自ら主体となつて直接に実施する必要のないもののうち、民間の主体にゆだねた場合には必ずしも実施されないおそれがあるもの又は一の主体に独占して行わせることが必要であるものを効率的かつ効果的に行わせることを目的として設立することとされている。

独立行政法人国際観光振興機構は、海外における観光宣伝、外国人観光旅客に対する観光案内その他外国人観光旅客の来訪の促進に必要な業務を効率的に行うことにより、国際観光の振興を図ることを目的とすることとされている。

(2) 業務の概要

独立行政法人国際観光振興機構は、以下の業務を行うこととされている。

- ・ 外国人観光旅客の来訪を促進するための宣伝を行うこと。
- ・ 外国人観光旅客に対する観光案内所の運営を行うこと。
- ・ 通訳案内士法（昭和二十四年法律第二百十号）第十一条第一項の規定により通訳案内士試験の実施に関する事務を行うこと。
- ・ 国際観光に関する調査及び研究を行うこと。
- ・ 国際観光に関する出版物の刊行を行うこと。
- ・ 前各号の業務に附帯する業務を行うこと。
- ・ 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（平成六年法律第七十九号）第十一条に規定する業務を行うこと。

このうち、観光宣伝事務所、海外市場開拓部及び事業開発部調査・情報室では、以下のような業務を行っている。

【観光宣伝事務所】

- ・ 訪日旅行促進事業の実施による外国人旅行者の誘致宣伝に関すること。
- ・ 国際コンベンション等の誘致宣伝に関すること。
- ・ 我が国の観光事情の紹介及び旅行情報の提供に関すること。
- ・ 海外における観光事情の調査に関すること。
- ・ 誘致宣伝の効果測定に関すること。
- ・ 海外旅行市場の調査に関すること。
- ・ 外国観光関係諸機関との連絡連携に関すること。

【海外市場開拓部】

- ・ 海外市場別の外国人訪日旅行促進戦略の策定に関すること（コンベンション誘致部の所掌に属するものを除く。）
- ・ 海外観光宣伝の計画及び実施に関すること（国内サービス部の所掌に属するものを除く。）
- ・ 海外メディアに対する広報に関すること。
- ・ 旅行に関する博覧会、見本市、催し物等への参加及び実施に関すること（国内サービス部の所掌に属するものを除く。）
- ・ 訪日ツアーの企画開発及び商品化の促進に関すること（国内サービス部の所掌に属するものを除く。）
- ・ 前各号に掲げる事務に付随する調査に関すること。
- ・ 観光宣伝事務所で実施する業務に係る連絡調整に関すること（他の部の所掌に属するものを除く。）

【事業開発部調査・情報室】

- ・ 機構の業務に係る情報システムの整備に関すること。
- ・ 観光情報システムの整備に関すること。
- ・ 海外観光宣伝のためのツールの制作及び管理に関すること。
- ・ 観光宣伝事務所において行う観光情報の提供活動の支援に関すること。
- ・ 国際観光に関する情報の収集、分析及び管理並びに資料の刊行に関すること。
- ・ 国際観光の調査研究に関すること。
- ・ 海外旅行市場の調査に関すること（海外市場開拓部の所掌に属するものを除く。）
- ・ 国際観光関係統計に関すること。

（３）業務の具体的実施方法等

独立行政法人国際観光振興機構は、本部と観光宣伝事務所が連携し、事業の企画立案、実施、成果の分析評価を行っている。

業務実施に当たっての全体の組織体系

（１）組織図

別添参考資料参照

(2) 事業所数

本部は1箇所であり、海外市場開拓部及び事業開発部調査・情報室は本部に属する。

観光宣伝事務所は海外に13箇所。

(ソウル、北京、上海、香港、バンコク、シンガポール、シドニー、ロンドン、フランクフルト、パリ、ニューヨーク、ロサンゼルス、トロント)

(3) 配置人員数

独立行政法人国際観光振興機構全体では、常勤102名、非常勤23名、現地採用事務員35名。

このうち、観光宣伝事務所、海外市場開拓部及び事業開発部調査・情報室に所属している配置人員数は以下のとおり。

【観光宣伝事務所】

常勤36名、非常勤2名、現地採用事務員35名

【海外市場開拓部】

常勤9名、非常勤3名

【事業開発部調査・情報室】

常勤9名、非常勤5名

業務量に関する指標の実績

(1) 業務処理件数

上記のとおり、観光宣伝事務所、海外市場開拓部及び事業開発部調査・情報室における業務は定型的な業務ではないものが多く、業務処理件数をまとめた形として一概に表すことはできない。

(2) 独立行政法人国際観光振興機構決算額 (平成16年度)

運営費交付金 22億円

(参考) その他の収入

- ・ 賛助金・コンベンション協賛金収入 3億円
- ・ 事業収入 3億円
- ・ 事業外収入 0.3億円

業務の実施を規制する現行法令及び関連条項並びに規制の概況

外国人観光旅客の来訪の促進に関する業務は、公共上の見地から確実に実施されることが必要な事務及び事業であって、民間の主体にゆだねた場合には必ずしも実施されないおそれがあるものとして、独立行政法人国際観光振興機構に基づき、独立行政法人国際観光振興機構が実施するものとされている。

イ 業務の廃止又は公共サービス改革法に基づく官民競争入札等の対象とすることについて所見及び措置の概要

(ア) 国の行政機関等の責任と負担のもとに実施する必要性

独立行政法人国際観光振興機構が行う外国人観光客の来訪に関する業務は、国際的な相互理解の促進等のインバウンド観光振興の持つ国全体としての意義を踏まえ、日本の観光魅力の公平かつ適切な発信、民間が手がけていない新規市場の開拓や、自治体、民間企業等の多様な主体と連携した観光宣伝活動など、金銭的な利益追求にとらわれることなく実施される必要のある業務である。

したがって、独立行政法人国際観光振興機構が行う外国人観光客の来訪の促進に関する業務は、公共上の見地から確実に実施されることが必要な業務であり、民間の主体にゆだねた場合には必ずしも実施されないおそれがあるため、独立行政法人が行うことが適当である。

また、諸外国においても、外国人観光客の来訪の促進に関する業務は、国、州又は特殊法人が担っている。

さらに、外国人観光客の来訪の促進に関する業務の民間開放については、競合する民間企業の情報が入手できなくなるおそれがあること

一つの民間企業に委託した場合、公平かつ適切な事業展開に支障が生じるおそれがあること

関係者からの資金協力が得られなくなるおそれがあること

中国においては、海外事務所の設置について中国国家旅游局の許可が必要であり、公的機関でなければ許可されないこと等の懸念がある。

以上のことから、独立行政法人国際観光振興機構が行う業務は、民間開放にはなじまない。

(イ) 民間開放が不適當であるとする理由

現行の規制に関する法令等の必要性・妥当性

外国人観光旅客の来訪の促進に関する業務は、公共上の見地から確実に実施されることが必要な事務及び事業であって、民間の主体にゆだねた場合には必ずしも実施されないおそれがあるものとして、独立行政法人国際観光振興機構に基づき、独立行政法人国際観光振興機構が実施するものとされている。

「公共サービス改革基本方針」5頁 ~ それぞれの視点に留意した上で
の官民競争入札等の対象としない理由

独立行政法人国際観光振興機構が行う外国人観光客の来訪の促進に関する業務は、公共上の見地から確実に実施されることが必要な業務であり、民間の主体にゆだねた場合には必ずしも実施されないおそれがあるため、独立行政法人が行うことが適当である。

外国人観光客の来訪の促進に関する業務については、

競合する民間企業の情報が入手できなくなるおそれがあること

一つの民間企業に委託した場合、公平かつ適切な事業展開に支障が生じるおそれがあること

関係者からの資金協力が得られなくなるおそれがあること

中国においては、海外事務所の設置について中国国家旅游局の許可が必要であり、公的機関でなければ許可されないこと
等から、官民競争入札等の導入にはなじまない。

ウ 外部資源の活用状況

委託業務の内容

海外の展示会等におけるブース出展の際の設計業務や設営業務、調査票集計業務など、具体的な業務の実施に当たり、独立行政法人国際観光振興機構が自ら行うよりも民間に委ねた方が適切と考えられる部分については、すでに民間に開放されている。

委託先の形態

主な委託先は以下のとおり。

- ・ 旅行事業者
- ・ 広告代理店
- ・ 宿泊業者 等

業務の費用の財源及び金額

運営費交付金	22億円
賛助金・コンベンション協賛金収入	3億円
事業収入	3億円
事業外収入	0.3億円

指定・登録・委託契約等の別

委託契約

契約方法・過去の契約実績

委託方法は一般競争入札及び随意契約

独立行政法人国際観光機構本部における委託額は約7100万円。このうち、一般競争入札によるものは約1400万円、随意契約によるものは約5600万円。

**(独) 国際観光振興機構の業務の
民間解放について
(参考資料)**

平成18年9月20日

国土交通省

独立行政法人国際観光振興機構法等

独立行政法人通則法(平成十一年七月十六日法律第百三号)

(定義)

第二条 この法律において「独立行政法人」とは、国民生活及び社会経済の安定等の公共上の見地から確実に実施されることが必要な事務及び事業であって、国が自ら主体となって直接に実施する必要のないもののうち、民間の主体にゆだねた場合には必ずしも実施されないおそれがあるもの又は一の主体に独占して行わせることが必要であるものを効率的かつ効果的に行わせることを目的として、この法律及び個別法の定めるところにより設立される法人をいう。

2 (略)

独立行政法人国際観光振興機構法(平成十四年十二月十八日法律第百八十一号)

(機構の目的)

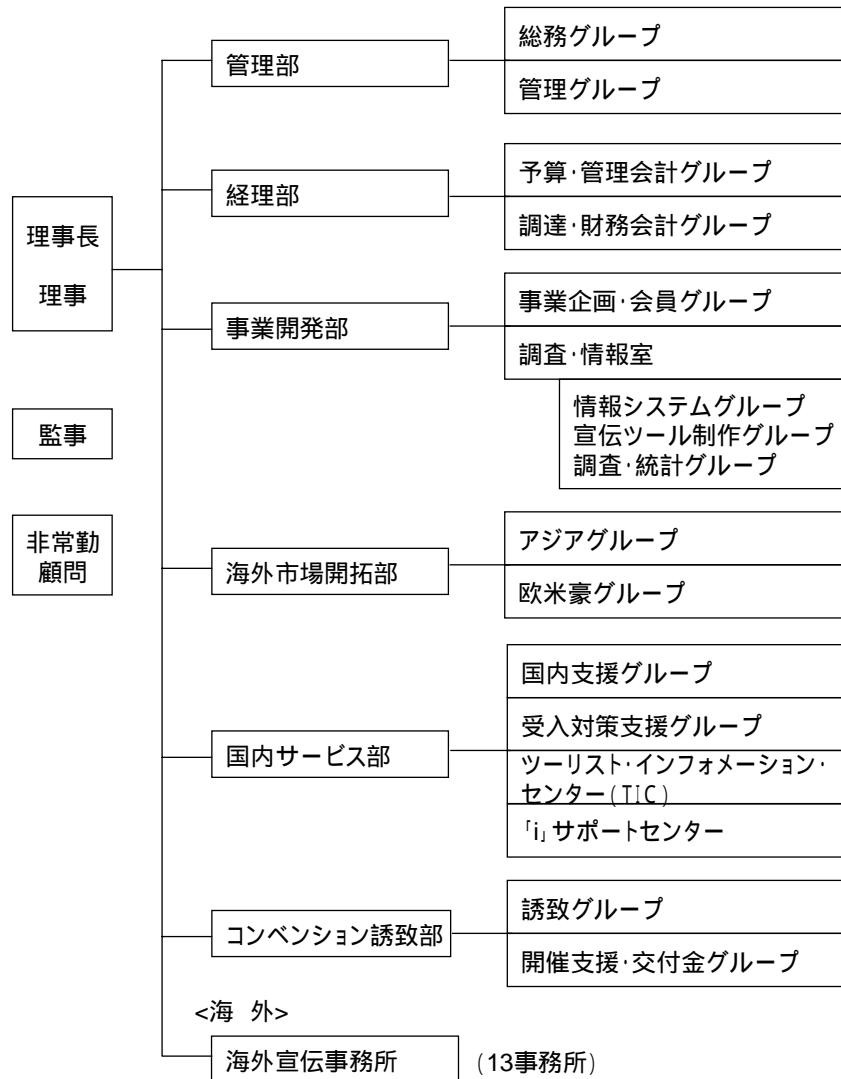
第三条 独立行政法人国際観光振興機構(以下「機構」という。)は、海外における観光宣伝、外国人観光旅客に対する観光案内その他外国人観光旅客の来訪の促進に必要な業務を効率的に行うことにより、国際観光の振興を図ることを目的とする。

(業務の範囲)

第九条 機構は、第三条の目的を達成するため、次の業務を行う。

- 一 外国人観光旅客の来訪を促進するための宣伝を行うこと。
- 二 外国人観光旅客に対する観光案内所の運営を行うこと。
- 三 通訳案内士法(昭和二十四年法律第二百十号)第十一条第一項の規定により通訳案内士試験の実施に関する事務を行うこと。
- 四 国際観光に関する調査及び研究を行うこと。
- 五 国際観光に関する出版物の刊行を行うこと。
- 六 前各号の業務に附帯する業務を行うこと。
- 七 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(平成六年法律第七十九号)第十一条に規定する業務を行うこと。

独立行政法人国際観光振興機構 組織図



管理部：
中期目標、業績評価 等

経理部：
会計管理、予算統制 等

事業開発部：
新規事業の企画・開発 等

- 調査・情報室：
国際観光に関する調査・統計、WEBサイトの
維持・管理 等

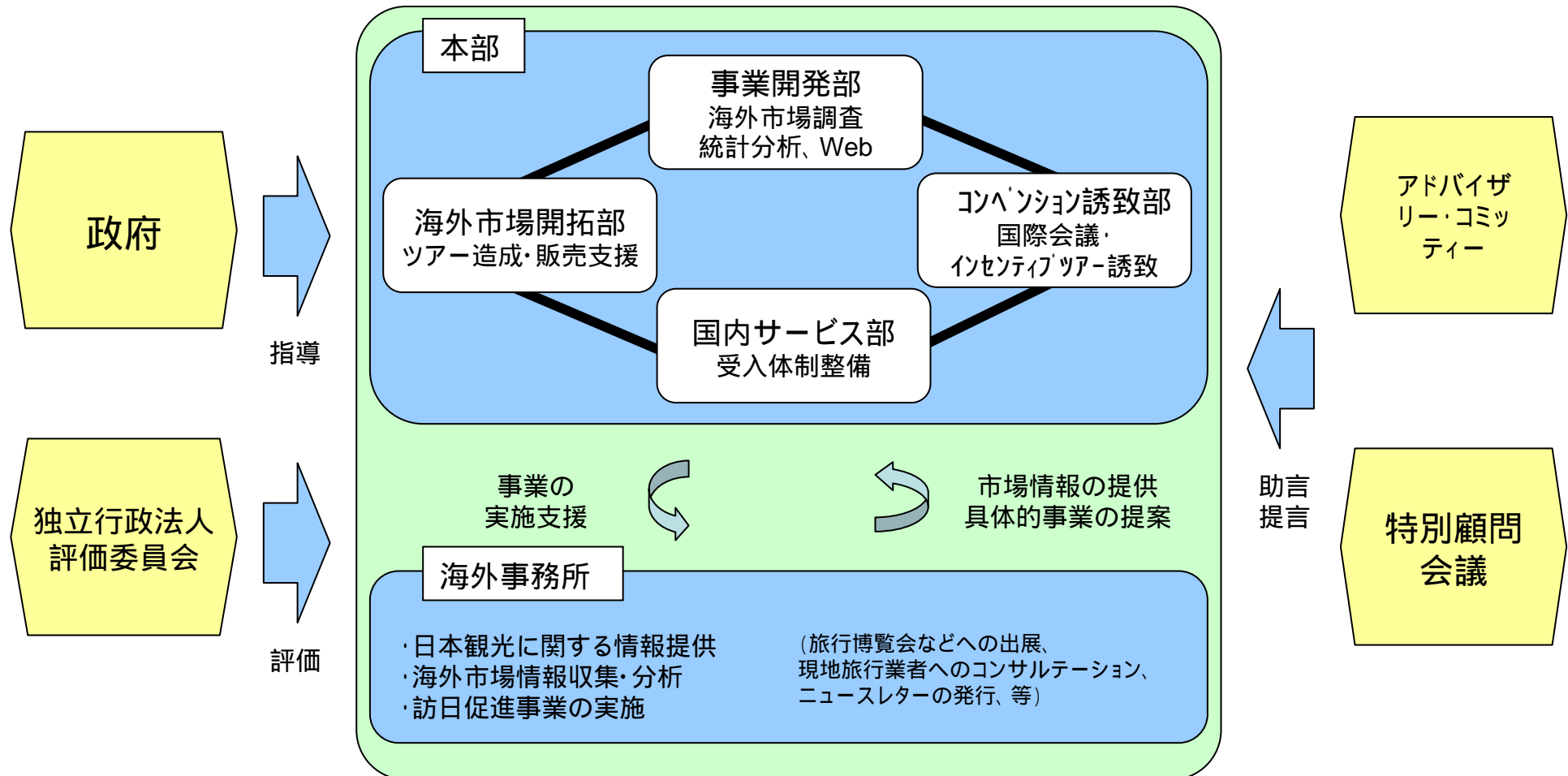
海外市場開拓部：
海外での観光宣伝計画、ツアー造成支援 等

国内サービス部：
観光案内所の整備、通訳案内士試験 等

コンベンション誘致部：
国際コンベンションの誘致、開催支援 等

独立行政法人国際観光振興機構の業務フロー

・独立行政法人国際観光振興機構は、本部と海外事務所が連携し、事業の企画立案、実施、成果の分析評価を行っている。



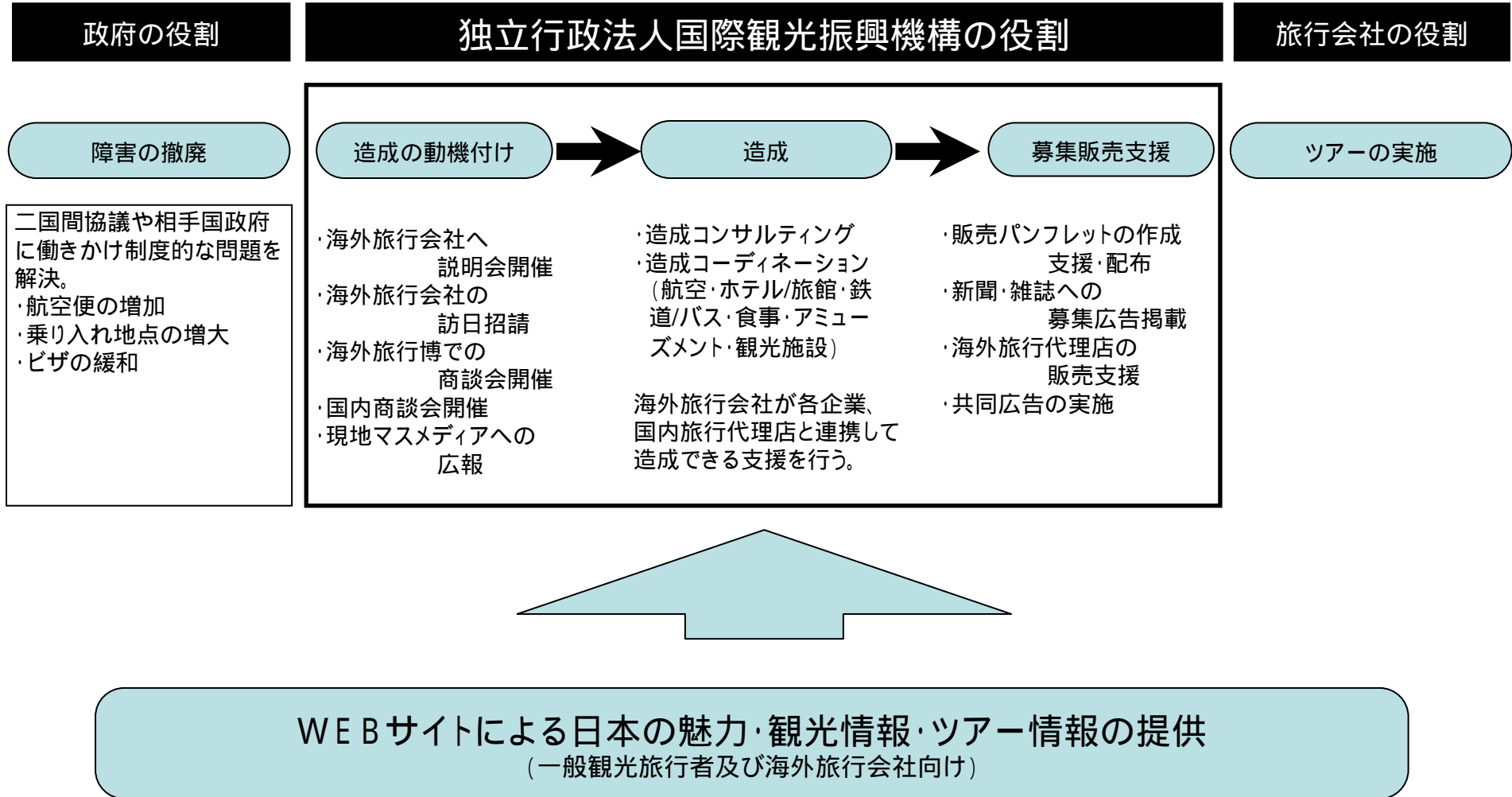
海外観光宣伝事務所における取組み

- ・海外観光宣伝事務所は、世界の主要な訪日旅行市場に13カ所。
- ・各市場の特性に則った情報収集・マーケット分析、セールス活動、マスコミを活用した宣伝、プロモーション事業などの企画・実施を行っている。



海外市場開拓部における取組み

【訪日ツアー開発】



海外市場開拓部における取組み

【旅行会社招請事業】

◆ 旅行会社招請事業 (2005年4月～2006年3月)

アジア地区 13本 121名

欧米豪地区 21本 180名



韓国からのゴルフツアー関係者との商談会



豪州からのスキーツアー関係者の招請

【国内商談会】

◆ 国内商談会への旅行会社招請

- ・ 旅フェア2005 JNTOインバウンド商談会
(2005年4月、バイヤー:55名、サプライヤー:271団体企業 [うち、地方自治体・観光協会48団体])
- ・ Y KOSO! JAPANトラベルマート
(2005年9月、バイヤー:179名、サプライヤー:371団体・企業 [うち地方自治体・観光協会52団体])

海外市場開拓部における取組み

【旅行博覧会出展】

アジア地区

出展参加件数： 14件



ITE2005(香港国際旅遊交易会:2006年6月)

欧米豪地区

出展参加件数： 39件

(2005年4月～2006年3月)



NYタイムズトラベルショー(2006年2月)

事業開発部調査・情報室おける取組み

訪日外客消費動向調査



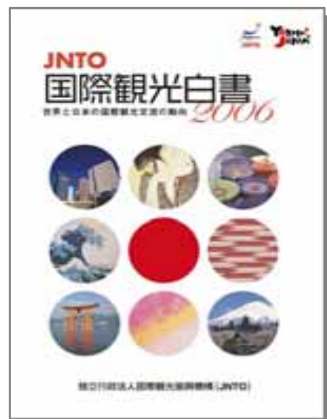
【調査】

・国内の主要空港や海港において、日本旅行を終えた外国人を対象に、日本国内の訪問地、日本を旅行しての満足度、訪日旅行における消費額等について、調査を実施。

【統計】

・世界と日本の国際観光交流、旅行収支、訪日外国人旅行者数、出国日本人数等の統計情報冊子の編集、出版。
・毎月、訪日外国人旅行者の統計を作成し、WEBサイト、報道機関等を通じて公表。

国際観光白書



【マーケティング】

・世界と日本の国際観光の動向、日本と諸外国との二国間観光交流の状況等の情報を集約した「国際観光白書」の編集、出版。
・訪日外国人旅行者の誘致活動に資する資料として、各国の旅行者の志向や流通構造、効果的なプロモーション・セールスの方法等を紹介。

日本の国際観光統計



訪日旅行誘致



主要国・地域の観光宣伝機関

	実施主体	組織の性格	海外事務所の設置数
韓国	韓国観光公社	特殊法人	26
中国	中国国家旅遊局	政府機構の一部	16
香港	香港政府観光局	政府機構の一部	22
タイ	タイ国政府観光庁	特殊法人	18
マレーシア	マレーシア政府観光局	特殊法人	31
シンガポール	シンガポール政府観光局	特殊法人	24
オーストラリア	オーストラリア政府観光局	特殊法人	18
ニュージーランド	ニュージーランド政府観光局	特殊法人	14
米国	なし	-	-
カナダ	カナダ観光局	特殊法人	9
英国	英国政府観光庁	特殊法人	34
ドイツ	ドイツ観光局	特殊法人	29
フランス	フランス政府観光局	特殊法人	33
イタリア	イタリア政府観光局	特殊法人	23
オランダ	オランダ政府観光局	特殊法人	17
スイス	スイス政府観光局	特殊法人	37
スペイン	スペイン政府観光局	政府機構の一部	31
オーストリア	オーストラリア政府観光局	特殊法人	25

出典：独立行政法人国際観光振興機構