

令和5（2023）年度事業計画



(一社)海の京都DMO 京丹後地域本部
京丹後市観光公社
Kyotango City Tourism Association

●Policy 基本方針

1 戦略的な観光プロモーションやマーケティングを進めつつ、With・After コロナを見据えた観光の高付加価値化やインバウンドの回復に向けた取組を強化する。

●重点事項：誘客プロモーション・マーケティング力の強化を図りつつ、旅行会社、航空会社等と連携したインバウンドの回復、ウェルネス観光・ヘルスツーリズムへの取組強化、地域一体となった観光サービスの高付加価値化・観光DX化、観光SDGsの視点導入等を推進

2 システム開発や商品開発、職場環境改善など公社運営体制の基盤整備を進めつつ、当公社（支部を含む）の自主的・自律的な経営体の構築を図る。

●重点事項：市観光振興計画、海の京都DMO中期経営戦略等との整合を図りつつ、公社の自主財源の確保・増加、支部の運営体制、公社の人材確保・業務提携等の具体化

●Mission 存在意義・使命

1 当公社は、海の京都DMO総合企画局や関係DMO、観光連盟、行政等との緊密な連携と役割分担(※1)のもと、プロモーションやマーケティングなど観光誘客に向けたソフト事業を集中的に取り組む。

《※1 行政の役割：観光振興計画の策定、観光インフラ・観光施設整備（ハード整備）、観光入込客数調査等の実施、観光振興補助制度の制定など》

2 当公社は、**会員** (※2) にとって「身近で役に立ち、必要とされる存在」となることをその使命とする。

《※2：宿泊施設や観光施設だけでなく、飲食店や生産・加工業者、交通事業者など、観光ビジネスに関係するあらゆる事業者》

●Vision 目的

- ① 会員の「利益」と他産業への「経済的波及効果」に寄与する。
- ② 経済的・文化的に豊かで誇りの持てる地域の創造に貢献する。
- ③ 観光消費額や再来訪意向の向上等につながる事業に注力する。
- ④ 自律的な経営体の構築に向け、自主財源の確保増加を目指す。

1 当公社は、京丹後市観光立市推進条例（平成21年京丹後市条例第18号）の理念に基づき、観光関連事業者（会員）の利益獲得はもとより、業界や業種の枠を越えた連携を図ることによって、他産業を含む市内全体への「経済的波及効果・相乗効果」に寄与するための活動を展開する。

2 当公社は、「観光入込客数」だけでなく、「宿泊客数」や「観光消費額」などの実利ある数値目標を重視し、付加価値のある観光商品の造成や域内調達率の向上などにより地域の“稼ぐ力”を引き出し、もって、“経済的、文化的に豊かで、誇りの持てる地域の創造”に貢献することを事業活動の目的とする。

3 当公社は、国内外での「観光地 京丹後」の認知度向上等を図ることにより、新規観光客の獲得に努めるとともに、「再来訪意向率」の維持向上及び春秋の宿泊者数増加（年間宿泊数の平準化）につながる観光誘客活動に注力して事業を展開する。

4 当公社は、公益的事業を積極的に進める一方、収益的事業の充実及び拡大を図ることにより、会費収入、販売収入、手数料収入、負担金収入、資金積立等による自主財源を確保し、それを事業の拡大や新規事業への投資、人材の確保・育成、会員サービスの向上等につなげられるよう、「自主的・自律的な経営体の構築」に向けて活動する。

●Goal 数値目標

項目	実績					現状	目標		観光振興計画目標
	H29年 (2017)	H30年 (2018)	R1年 (2019)	R2年 (2020)	R3年 (2021)	R4年 (2022)	R5年 (2023)	振興計 画比較	R9年 (2027)
① 年間宿泊客数	35万人	34万人	36万人	30万人	29万人	35万人	39万人	70%	55万人
② 年間外国人宿泊客数	3,679人	4,420人	5,025人	1,372人	2,797人	2,967人	4,400人	44%	10,000人
③ 年間観光消費額	64億円	65億円	71億円	61億円	66億円	79億円	84億円	80%	105億円
④ 再来訪意向率	64.0%	67.4%	67.0%	75.6%	75.2%	77.3%	78.0%	92%	85.0%
⑤ 宿泊者数平準化率			42.0%		34.9%	未発表	未定	未定	50.0%

※ R5(2023)年の目標数値は、観光振興計画の目標数値から単純計算による中間数値を設定。

※ R4(2022)年の現状数値は、R5年5月1日時点の速報値であり、今後、修正されることがある。

●Project (1) 観光地づくり基本戦略

《誘客ターゲット圏域》

- ・国内：関西圏、中部圏、関東圏（三大都市圏）
- ・国外：10か国
 - * 欧米豪：フランス、イギリス、アメリカ、カナダ、オーストラリア
 - * 東アジア：香港、台湾、韓国
 - * 東南アジア：タイ、シンガポール

① 「また、訪れたい」「滞在リゾート」の観光地 《“滞在周遊”宿泊地》

京丹後は、京都府内で、京都市（世界観光都市）に次ぎ、宿泊施設が数多く存在している観光地（ホテル、旅館、民宿等の数は約180施設、宿泊収容人数は約8,400人/日、約300万人/年）であり、その多様性や集積性が本市の特徴である。また、来訪客の再来訪意向率は、75.2%（2021年）と、国内観光地の中でも有数の高さである（全国観光圏平均71.1%）。

しかし、年間の宿泊客数は、34～36万人程度で推移しているのが実態である（なお、コロナ禍前の2019年外国人宿泊客数は、前年比113.7%の5,025人にまで増加）。北近畿の近隣には、鳥取砂丘のほか、天橋立や伊根、城崎、出石などの有名観光地が隣接しているものの、京丹後の宿がそれらの「宿泊先」として選ばれているわけではない。

そのため、本市の強み（宿泊施設の多様性や集積性、高いリピーター率）を活かして、国内外の旅行者が北近畿（北関西）を周遊する際に、本市が宿泊滞在拠点として選ばれる「滞在型リゾートの観光地」となることを目指す（ターゲット年：2025大阪万博開催年）。

② 「四季折々の魅力」を“体感”できる観光地 《“通年の魅力”観光地》

京丹後には、食（山海の豊富な幸、フルーツ、お酒、伝統料理）や景勝（日本海岸や内湾の風景・自然景観）、温泉、歴史文化財（古代史跡・伝統産業、街並み）、アクティブ体験（海水浴、海洋スポーツ、釣り、サイクリング）など、四季折々の魅力あふれる観光コンテンツが豊富に存在している。城崎や天橋立のようなコンパクトな観光地ではないが、自然景観や食、満足度の高い宿泊施設など「観光地としてのポテンシャル」は非常に高い（「海の京都観光圏くた日ヶ浦/久美浜」報告書【2021年度】来訪者満足度調査）では、満足度は「90.2%」（大変満足：27.8%、満足：45.9%、やや満足：16.5%）。

しかし、京丹後は、夏の海水浴と冬のカニ料理が中心の典型的な「二季型観光地」であり、行楽シーズンの春や秋は、閑散としているのが実態。また、関西圏内ですら、「京丹後」の知名度がまだまだ低い（「2021年京丹後市くた日ヶ浦エリアにおける京都観光データ収集・活用モデル事業」における「くた日ヶ浦」の認知度は、7.2%）。

そのため、特に「砂丘のフルーツ・甘藷」や「活イカ・活魚などの水産物」、「海が見える癒しの温泉宿」など、“四季折々の魅力を体感できる観光地であること”をより明確にプロモーションするとともに、“ヘルスツーリズムの聖地”としてのブランド化（Kyoto Health Resort 京丹後）を進めることにより、首都圏や国外の観光客、さらに都市部の大企業にも注目される「通年型観光地」を目指す。

●Project (2) 本年度の主な事業内容【R5 経営方針】

- 1 With・After コロナの観光動向を的確に見据え、行政との強力な連携のもと、国内及び海外のターゲット圏域に向けた観光プロモーションを実施する。

- 2 WEB 公式サイト、WEB 広告等によるデジタルマーケティングや都市部への情報誌広告、交通広告等による広告宣伝活動を積極的に展開する。
- 3 特に、「春や秋の宿泊客数の増加」、「観光消費額の増加」、「再来訪意向率の向上」につながるような観光戦略を重点的、優先的に展開する。
- 4 「公社自主財源収入の確保・増加」、「会員の加入促進」、「支部活動の充実」、「プロパー人材の育成確保や他事業者との業務提携（協業等）」について、引き続き取組みを強化する（6Pの「Task 課題」の項に再掲）。

■主な KPI（重要業績指標）

- ① 主要 8 施設宿泊人数（日本人・外国人）
- ② 宿泊（一般・スポーツイベント・FC）斡旋販売件数（人数）
- ③ 体験斡旋販売件数（人数）
- ④ ふるさと納税「宿泊・お食事クーポン」販売券面額
- ⑤ EC サイト販売金額（件数）
- ⑥ 「京丹後ナビ」UU 数・セッション数
- ⑦ 「Visit Kyotango」UU 数・セッション数
- ⑧ Facebook（国内・国外）フォロワー数
- ⑨ Instagram（国内・国外）フォロワー数

《公益事業》

① 国内外観光プロモーション・マーケティング事業 【予算額 44,373 千円（市補助金 43,373 千円）】

- ① WEB サイト（国内・国外）のメンテナンス・改善（日本語・英語・繁体字版サイト、宿泊予約システム、サイトページ改善、フォトライブラリー登録写真追加）
- ② 戦略会議・マーケティング会議（専門コンサル参画、アクセス解析、KPI 検証、サイト改善策等）
- ③ 広告宣伝活動
 - プロモーション用 LP 制作（国内・国外）制作（季節、特別コンテンツ等）
 - デジタル広告用動画制作（国外）
 - デジタル広告費・LP 誘導（キャンペーンPR、SEO 対策、クーポン販促、EC サイト集客等）
 - 観光案内版多言語化（QR コード表示）
 - リビング京都広告掲載（1 回・府南部向け 50 万部発行）
 - 交通広告（秋・春 2 回、JR 西主要 7 駅デジタルサイネージ）
 - 「フルーツリゾート」プロモーション強化
 - 「京都新聞×観光公社」の観光記事連載（京丹後ナビ「特集ページ」）
- ④ PR 画像等コンテンツ制作
 - プロモーション用写真撮影（応募写真では得られない PR 用画像制作）
- ⑤ 観光コンテンツ・キャンペーン企画開発
 - (1) ヘルスツーリズム・教育旅行企画開発
 - 「Kyoto Health Resort 京丹後」推進事業（ホワイト 500 企業向け営業強化・プログラム開発、アテンダント講座開催）
 - 教育旅行、臨海学校、合宿等誘致促進
 - 海外ヘルスツーリズム団体視察受入れ支援（約 400 人規模の韓国森林セラピスト視察団）
 - (2) ブランド構築・ツーリズム開発
 - 全日空 WEB サイト更新（「京丹後×ANA」ページ、ANA サイトでの露出拡大）
 - 空港デジタルサイネージ広告（ANA 発着空港内、全国型 PR）
 - ANA マイレージ会員来訪促進事業（DP・宿泊クーポン W キャンペーン等）
 - ONSEN・ガストロノミーウォーキング大学連携事業（京都産業大学）
 - (3) 活イカブランド化・プロモーション
 - リクルート「じゃらん」連携事業（プラン造成、雑誌じゃらん広告掲載、じゃらんネット・ニュース特集配信）
 - You Tube 広告配信（PR 動画制作、PR 配信）
 - (4) 観光ツアー企画開発
 - ジオ関連トレイルツアー（全但バス、神姫観光、クラブツーリズム等との共同企画開発）
 - ロケ地巡りツアー（ツアー会社との連携）

- (5) ECサイト構築
 - ECサイト運営強化（ロコミ・レビュー反映、ECサイトの協業・提携の推進）
- ⑥ 商談会・セールスコール等
 - 国内外商談会、セールスコール、ファムトリップ（ブース出展、資料作成、旅費）
- ② **インナープロモーション事業 【予算額 2,180 千円（市補助金 2,180 千円）】**
 - ① 会員サービス・加入促進
 - 事業者対象セミナー参加支援（参加費補助等）
 - 会員向けセミナー開催（他団体とのコラボ開催含む）
 - ニュースレター等有益情報提供（公式LINE・メール配信等）
 - 会員アンケート調査（各種意向調査、入込状況緊急調査等）
 - 多言語翻訳サービス（英語 ⇄ 日本語）
 - 会員加入促進、会員・会費管理
 - その他会員サービス（写真画像貸与・アーカイブ管理、後援・共催申請受付など）
 - ② 人手不足・人材確保対策
 - 外国人留学生インターンシップ事業
 - 観光業人手不足・人材確保（㈱「おてつたび」・ハローワーク連携、シェアハウス・ワーケーション等の整備検討）
- ③ **「海の京都」認定観光案内所事業 【予算額 5,213 千円（市補助金 5,213 千円）】**
 - AIチャットポット保守運用（WEBサイト内観光コンシェルジュ）
 - 観光情報センターの運営（週6日営業：観光案内、宿泊体験斡旋、各種問い合わせ対応、パンフレット送付）
- ④ **受託事業 【予算額 28,737 千円（市補助金 28,737 千円）】**
 - ① 木津川市友好都市プロジェクト
 - 参加者増加プロモーション
 - ② グリーンベルト観光価値創造事業
 - グリーンベルトを舞台にした新たな観光価値創造事業（観光庁事業）
 - ③ 里山文化案内人養成事業
 - モニターツアー実施等
 - ④ 航空会社 Peach 連携プロモーション
 - 香港メディア向けファムツアー（夏以降のインバウンド推進）
 - Peach 連携観光プロモーション（KEY WORD：首都圏、関西空港、レンタカー、WILLER）
 - ⑤ みらいにつなぐ観光振興事業
 - みらいにつなぐ観光振興基金造成及び運用（人材育成、収益事業強化、公社経営の生産性向上等）
 - ⑥ 観光パンフレット更新（日本語・外国語）
 - 総合観光パンフレット「旬めぐり旅」増刷（40,000部）
 - 外国語版観光パンフ増刷（英語版・繁体字版）
 - 観光ガイド（ドライブ）マップ2023発行（20,000部）
 - インバウンド向けサイクリングマップ発行
 - ⑦ 観光宿泊客数実態調査
 - 観光入込客数、（日本人・外国人）宿泊客数、観光消費額調査（観光データ調査全般）
 - ⑧ フィルム・ブランドプロモーション事業
 - ロケ地フェア参加（全国FC負担金、映画・ドラマ・CM誘致）
 - ⑨ ゆるキャラ管理運用
 - コッペちゃんのメンテナンス・活用
- ⑤ **本部管理事業 【予算額 5,585 千円（うち市補助金 1,277 千円）】**
 - 事業方針、事業計画、行政要望等（中・長期経営計画等）
 - 予算編成、事業報告等（予算要求、予算書・決算書、事業報告書等）
 - 主要業務運営管理、人事等（総会、三役会、理事会、支部長会、理事長秘書、人事・職員採用、行政との連携連絡調整）
 - 給与労務管理、業務管理・改善（本部・支部の給与・労務管理等）
 - 予算管理、会計経理事務（手数料等請求事務、伝票処理、郵便物送受等庶務）
 - 一般管理事務（設備・施設管理）
 - 支部連絡調整（定期WEB会議の開催、支部要望・提案書の作成、支部活動促進助成事業等）

《その他本部管理事業》

- 災害時等危機管理対策（風雪水害、地震災害、新型肺炎流行等による風評被害対策等）
- 観光業全体における新型コロナウイルス感染症対策（With・After コロナ対策）
- 2次交通対策（レンタカー、タクシー、Uber、e-BIKE、レンタル電動ミニバイク（城崎、出石、豊岡）Maas等）
- 日本舞踊「花柳凜京丹後市公演」実行委員会参画

⑥ 支部活動事業 【予算額 23,519 千円（市補助金 23,519 千円）】

- 支部運営管理事業（会計事務、労務管理、設備・施設管理）
- 観光案内所運營業務（対面・電話観光案内、物品販売、レンタサイクル・e-BIKE）
- 支部エリア観光まちづくり事業の実施（各支部活動促進助成事業）

《丹後町支部》【事業費助成額 338 千円】

- 会員活動助成事業（宿泊部会・会員活動への事務支援と助成）
- 広報宣伝事業（イラストマップ増刷等）
- 調査研究事業（レンタサイクル実証、砂方キャンプ場予約管理、竹野キャンプ場予約管理）
- 物品販売事業（イベント等関係者弁当の受委託他）

《網野町支部》【事業費助成額 691 千円】

- レンタサイクル事業（レンタサイクル運営）
- コインロッカー設置事業（網野駅、夕日ヶ浦木津温泉駅のコインロッカーの維持管理）
- 広告宣伝事業（網野町広域散策マップ作成（日本語・英語版））
- 調査研究事業（セミナー、勉強会等の開催、視察実施等）
- 会員活動助成事業（掛津区、夕日ヶ浦観光協会等地域協会との共催事業）
- 誘客促進事業（お食事・宿泊の招待券の提供）
- ふるさと再発見！周遊促進事業（滞在型観光促進のための会員交流事業）

《久美浜町支部》【事業費助成額 550 千円】

- 広告宣伝事業（イラストマップ、レンタサイクルマップの作成）
- 誘客イベント事業（日曜朝市、感謝祭の開催）
- レンタサイクル事業（維持管理）
- KYOTANGO FRUITS RIDE（レンタサイクル＋フルーツトレイル《本部連携事業》）
- 物品販売事業（地場産品販売、陳列用備品購入）

《峰山町支部》【事業費助成額 783 千円】

- 会員活動補助事業（ねこプロジェクト委員会、峰山伝統芸能振興会）
- 環境保全整備事業（桜植栽地の保全整備）
- 観光振興事業（「てくてく我がまち再発見」の開催）
- 広報宣伝事業（「羽衣ステーションPress」発行、支部WEBサイト改修管理）
- 地域夢づくり事業（空き店舗活用ミニライブ「らくざ」開催）

《弥栄町支部》【事業費助成額 1,097 千円】

- 誘客促進事業（芝桜・桜の保全管理、デジタルスタンプラリー）
- 会員店舗、観光拠点等PR事業（フリーペーパーの会員掲載）
- 地域観光振興事業（観光資源整備・振興事業）

《大宮町支部》【事業費助成額 434 千円】

- 環境美化事業（大宮ロードパーク草刈り・清掃）
- 大宮街あかり事業（イルミネーション）
- 地域観光振興事業（観光資源整備・振興事業）

《収益事業》

① 斡旋等事業 【予算額 1,600 千円】

- 宿泊予約システム（国内・国外）の精算・管理（斡旋手数料）
- 宿泊予約斡旋・精算管理（木津川市交流事業、旅行会社タイアップツアー等）
- 体験予約斡旋・精算管理（体験斡旋、バス会社ツアー、弁当斡旋、ガイド斡旋、温泉施設斡旋等）
- ジオ縦断トレイル・名山トレイルツアーの販売拡大（神姫観光、全但バス、クラブツーリズム、丹海バス等）
- 丹後 100 kmウルトラマラソン宿泊斡旋（JTB 事務委託・公社宿泊システム活用推進）ほか

② ツアー販売等事業 【予算額 3,800 千円】

- ECH02 あしたの畑ツアー企画造成・催行（10/7～11/26）

- 市内・国内在住外国人向け京丹後ツアー（米軍関係、留学生関係）
- （仮）雑誌『七緒』×京丹後 KIMONO ツアー（観光庁「インバウンド観光コンテンツ造成事業」に申請） ほか

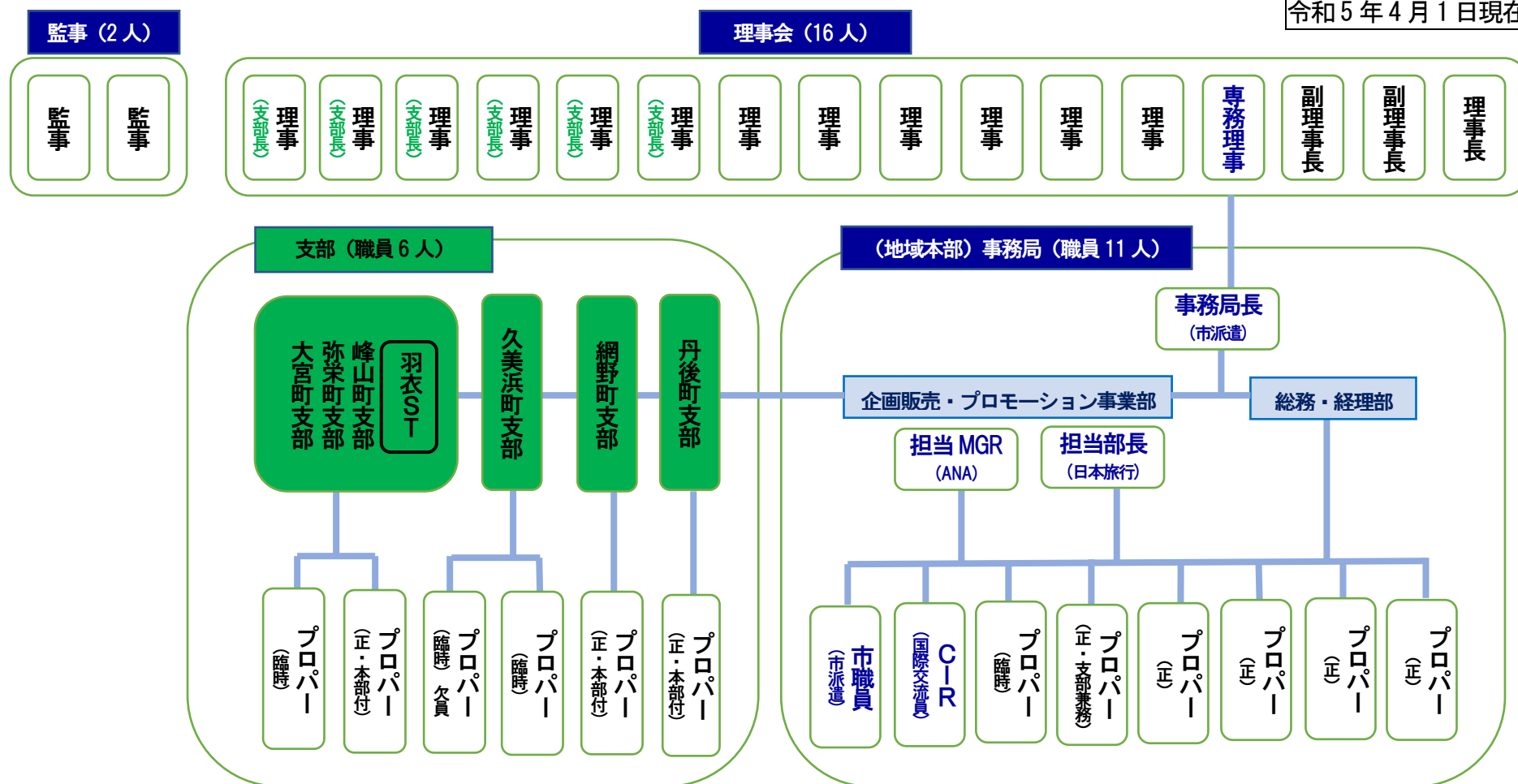
③ EC サイト運営・PR 商品販売事業 【予算額 2,700 千円】

- 「海の京都 旬の京丹後ふるさと便」運営（㈱サブスパイア・㈱丹後王国ブルワリーとの連携、サイト改善、広告宣伝等）
- 観光 PR 商品販売、会員商品斡旋販売等（お茶レター・京丹後七姫茶の販売・在庫管理、久美浜湾養殖研究会商品（牡蠣）等）

● Organization 組織体制

- 1 当社の本部事務局は、本市の「観光マーケティング・マネジメントの専門家集団」としての“核”とする。
- 2 本部事務局には、プロパー職員 6 人（うち臨時職員 1 人）をはじめ、京丹後市（行政）から専務理事、事務局長及び担当職員（係長級）の派遣を受けて、マネジメント力の強化及び行政との連携強化を図る。
- 3 当社のさらなる専門性及び機動性を高めるとともに、大手旅行会社等が有する広報宣伝力や企業経営資源、関連企業への協力等を当社の経営に活かすため、国の地方創生支援制度等を活用して、㈱日本旅行の社員（企画販売・プロモーション事業部担当部長）、全日本空輸㈱の社員（同部担当マネージャー）及び国際交流員（英国人 CIR）を専門スタッフとして、京丹後市からの派遣のもとに配置する。
- 4 支部（町域ごとの観光協会）は、観光案内、誘客イベント、物販等の業務活動を遂行するため、各支部（羽衣ステーションを含む）に 1 人又は 2 人のプロパー職員を配置する。この場合、正規任用のプロパー職員は、原則として「本部付け職員」とし、本部業務を兼務する。なお、支部の事務事業及び人事管理は、当該支部長が統括する。

令和 5 年 4 月 1 日現在



● Task 課題

- 1 本市内の各町域や観光地域には、独自の魅力を有する観光資源や観光スポットがあり、主役となる“人”も“歴史”も“文化”も異なる。
- 2 よって、当該地域自らが、自主的・主体的にその観光資源を磨き、観光誘客を進める体制づくりが重要となる。
- 3 上記の視点を重点に置き、下記のとおり、課題の検討を重ねていくこととする。

① 支部の自主的な事業展開と関連団体等との連携

令和 4 年度の市補助金から、支部職員の人件費が「全額補助」に増額（改善）された。しかし、会員からの会費収入の多くは、支部事務所の設置・運営経費に充てられ、かつ、構造的にも自主財源の確保等が困難なことから、支部独自による誘客活動等の実施は、厳しいのが現状。

令和5年度は、理事会に検討委員会を設置して、支部活動体制の在り方について、下記の視点を考慮しつつ検討を進めることとする。

(視点1) 本市域内には、6つの支部以外にも、支部に直接属さない観光協会や観光団体など【※1】のほか、数多くの地域活性化又は地域観光を推進する団体やグループ【※2】が活動している。

【※1の例】夕日ヶ浦観光協会、小天橋観光協会、久美浜町観光協会、果樹観光協会、掛津区観光部等

【※2の例】NPO法人まちづくりサポートセンター、山陰海岸ジオパーク京丹後市情報センター、久美浜まるごと実践会議等

(視点2) 当社は、支部を統一的・画一的に統括するという「統制型の組織体」ではなく、水平的な「協働型の組織体」として活動していくこととしている。

(視点3) 京都丹後鉄道の駅舎内に設置されている支部(久美浜・網野)は、一般的な支部活動とは別に「観光案内業務」を遂行する。

② 多業種からの会員の加入を促進し、連携を強化

令和4年度から、会員資格や会員特典、会費額などに関する規定(京丹後地域本部規程及び会員規程)が改正された。宿泊業だけでなく、飲食業、小売業、農林水産業、運輸業など様々な業態で観光に携わる事業者が互いに連携して観光コンテンツの開発や誘客キャンペーンを展開していけるようにすることが目的で、今後も新規会員(正会員及び賛助会員)の加入を促進していく必要がある。

③ 幅広い人材活用と職員の業務能率の向上を徹底

- 1 事業の専門性や事務の継続性を確保するためには、観光公社が高度なマーケティング力を有する観光の専門組織として機能し続けていくことが必要であるとともに、裾野が広く、かつ、本市のリーディング産業である「観光業」の振興のためには、行政と業界との密接な連携を図ることが極めて重要である。
- 2 そのため、旅行会社からの人材派遣やマーケティング専門会社への業務委託、他事業者との業務提携(協業等)、関連団体との共催事業の実施、市からの職員派遣など、外部の幅広いスキルやノウハウ、人材を引き続き活用していくことが必要である。
- 3 さらに、プロパー職員のスキルアップを図るための研修等の充実を図りつつ、業務効率の向上を目指した「目標管理や適材適所の職員配置」等を徹底するとともに、知識・経験の蓄積の評価、経済的な安定、士気の高揚、組織の団結等のために、正規任用化の推進、処遇の改善等に努めることが重要である。

④ 会社の「(仮称)中・長期経営計画」の策定検討

- 1 当会社の「自主財源の確保・増加」(例:会費、手数料、負担金等の増収増益及び自主財源比率の上昇)、「行政等からの財政的・人的支援」(例:交付金交付や職員派遣等)、「新財源の導入」、「職員の人材確保」等について、中・長期の検討が必要である。
- 2 市観光振興計画、海の京都DMO中期経営戦略等との整合を図りつつ、当会社の「(仮称)中・長期経営計画」の策定(令和5年度又は令和6年度に策定予定)について検討を進めていく。